

CAROLIN MAEVIS



**Die Vermittlung von Unmittelbarkeit
Bilder und Erleben „ursprünglicher Natur“ von
Safari-TouristInnen am Naivashasee, Kenia**

KÖLNER ETHNOLOGISCHE BEITRÄGE
Herausgegeben von Michael J. Casimir

Heft 40

2012

CAROLIN MAEVIS

Die Vermittlung von Unmittelbarkeit

**Bilder und Erleben „ursprünglicher Natur“ von
Safari-TouristInnen am Naivashasee, Kenia**

KÖLNER ETHNOLOGISCHE BEITRÄGE

Herausgegeben von Michael J. Casimir

Heft 40

2012

VORWORT DES HERAUSGEBERS

In ihrer von Prof. Dorothea E. Schulz Ph.D. betreuten Masterarbeit untersucht Carolin Maevis die technischen und materiellen Vermittlungsprozesse, die bei deutschen TeilnehmerInnen an organisierten Safaritouren in Kenia den Eindruck einer unmittelbaren Teilhabe am authentischen, ‚naturbelassenen‘ Afrika generieren. Carolin Maevis’ Masterarbeit fußt auf einer mehrmonatigen empirischen Forschung, die sie zunächst in Köln, in Form von Internetrecherche, Besuchen in Reisebüros sowie der Analyse von Reiseprospekten durchführte, und später während eines zweimonatigen Aufenthalts am Naivashasee in Kenia fortsetzte. Dieses Forschungsvorhaben stellt Teil eines größeren Forschungsvorhabens dar, welches im Zeitraum 2010-2013 von der Deutschen Forschungsgemeinschaft finanziert wird, und SozialwissenschaftlerInnen und NaturwissenschaftlerInnen in ein interdisziplinäres Projekt einbaut. Übergeordnetes Anliegen dieses Forschungsverbundes ist es, die komplexen Prozesse zu beleuchten, durch die vom Klimawandel betroffene Bevölkerungsgruppen in Kenia und Südafrika mit den hieraus erwachsenden, sozialen und ökologischen Herausforderungen umgehen. Hierbei soll u.a. auch der wichtigen Rolle Rechnung getragen werden, welche neue Medientechnologien und Institutionen, so etwa National- und Lokalradios, staatliche und private Fernsehsender, und das Internet, bei diesen Bewältigungsstrategien und den damit einhergehenden Diskursen zu Umweltschutz und Klimawandel spielen.

Carolin Maevis’ Arbeit trägt insofern zu diesem weiter gesteckten Forschungsanliegen bei, als sie untersucht, welche Medien und medial gesteuerten Prozesse bei der Begegnung zwischen europäischen Touristen und lokaler Bevölkerung zum Tragen kommen. Dabei fokussiert ihre Arbeit nicht nur auf das technische Medium Internet, sondern auch auf ein Spektrum von Materialien und Datenträgern, welche beim genannten Vermittlungsprozess als eine materielle ‚Infrastruktur‘ (Larkin 2008) zum Tragen kommen. Diese materielle Infrastruktur ist immer aus ihrer Einbettung in historisch spezifische, soziale und ökonomische Institutionen und Prozesse zu verstehen. Carolin Maevis’ zentrale These lautet, dass die Infrastruktur, welche für die Vermittlung des ‚authentischen, wilden Afrikas‘ für TouristInnen im Rahmen touristischer Unternehmen geschaffen wurde, so kohärent und effizient wirkt, dass ein Durchbrechen dieses Vermittlungsprozesses, und das damit verbundene Erleben eines anderen ‚Afrikas‘, welches den vorgefertigten Erwartungen der TouristInnen zuwiderlaufen könnte, relativ unmöglich gemacht wird. Carolin Maevis bezeichnet diese Erfahrung treffend als eine der ‚vermittelten Unmittelbarkeit‘, womit sie darauf hin-

weist, dass jeder Eindruck der direkten, unvermittelten Naturerfahrung durch Objekte, Bilder und soziale Praktiken konstituiert und vermittelt wird.

Als eine medienethnologisch orientierte Arbeit verdeutlicht diese empirische Studie, wie eine medienwissenschaftliche Analyse auf innovative Weise mit neueren ethnologischen Ansätzen zu ‚material culture‘ kombiniert werden kann. Zudem nimmt die Studie innerhalb des rasch anwachsenden Literaturbestandes zur Ethnologie von Medienpraktiken insofern eine wichtige Position ein, als sie von einem ausschließlichen Fokus auf ein (technisches) Medium absieht, und historisch gewachsene Praktiken und Prozesse der Vermittlung am Schnittpunkt verschiedener Medien und Materialien beleuchtet.

Michael J. Casimir

Danksagung

Während der Bearbeitung meiner Magisterarbeit hatte ich Unterstützung und Hilfe von vielen lieben Menschen. Ihnen allen gilt mein herzlicher Dank! Als erstes gilt mein Dank Prof. Dorothea E. Schulz Ph.D. für die fruchtbaren Gespräche, ihr Vertrauen und die Ermöglichung eines Feldforschungsaufenthaltes am Naivashasee. Ebenfalls bedanke ich mich bei Prof. Dr. Michael Bollig für seine Unterstützung. Während unserer gemeinsamen Zeit in Kenia waren die Diskussionen mit Hanna und Christoph für mich sehr wertvoll. Ich danke ihnen beiden für die tollen Wochen in Naivasha, die Teamarbeit, die gemeinsamen Unternehmungen und die spannenden Gespräche. Auch Dominika war vor Ort eine große Hilfe. Ihr danke ich für ihre logistische Unterstützung und ihr Wissen über die Gegend, das sie mit uns geteilt hat. Mein Dank gilt ebenso Benjamin, Dennis, Josephine, Roda und Enoc, ohne ihre Hilfe hätte ich Naivasha nicht so kennen gelernt, wie ich es nun in Erinnerung habe. Außerdem bedanke ich mich bei meinen Gesprächspartnern und Gesprächspartnerinnen für ihre Zeit und ihre Bereitwilligkeit, ihre Erfahrungen mit mir zu teilen. Ebenso gilt mein Dank der DFG und ihrer Förderung des Projekts *Resilience, Collapse and Reorganisation in Social-Ecological Systems of African Savannas* der Forschergruppe 1501, die meine Forschung in diesem Kontext erst ermöglicht hat. Auch die Unterstützung der Studienstiftung des deutschen Volkes war für mich eine große Hilfe. Zurück in Köln wäre meine Magisterarbeit ohne die zahlreichen Diskussionen und guten Gespräche mit Tine nicht das geworden, was sie nun ist. Ich danke ihr für ihre Geduld, Zeit, Kreativität und ihre Bereitschaft sich mit Freude in mein Thema hineinzudenken. Vielen Dank! Ebenso danke ich Dirk, der mir bei der Umsetzung der Grafik eine große Hilfe war. Ein weiterer Dank gilt meiner Familie und meinen FreundInnen für ihr tolle Unterstützung und die ständigen Ermutigungen während des gesamten Prozesses. Danke Florian, Sonja, Papa, Mama, Lea, Nora, Tine, Dirk, Hanna, Fabienne und all den anderen. Schließlich möchte ich noch Prof. Dr. Michael J. Casimir für die Aufnahme meiner Arbeit in die Kölner Ethnologischen Beiträge danken.

Carolin Maevis

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	2
2. Theoretische Grundlagen	6
2.1. Medientheoretische Einbettung	6
2.1.1. Infrastruktur und Vermittlungsprozess	9
2.1.2. Remediation und transparente Unmittelbarkeit	11
2.2. Narrative, Bilder und Postkoloniale Theorie – die inhaltlichen Grundlagen des Vermittlungsprozesses	17
2.2.1. Bilder und Stereotypen	18
2.2.2. Postkoloniale Theorie und Tourismus	19
2.2.3. Konstruierte Dichotomie: Natur versus Kultur	22
2.3. TouristInnen	29
3. Methodik	37
3.1. Medienanalyse	37
3.2. Feldforschung am Naivashasee	39
4. Safari-Kenia	44
4.1. Kolonialromane, Werbebroschüren, Reisekataloge und Internetauftritte – eine Zusammenfassung der Ergebnisse	44
4.2. Kenia in den Köpfen der Safari-TouristInnen – verschiedene Narrative	50
4.2.1. Die Rollen der unterschiedlichen Medien im Vermittlungsprozess	56
4.2.2. Der Wunsch nach der unmittelbaren Erfahrung des natürlichen Afrikas	59
4.3. Organisierter Safari-Tourismus: Kenia aus dem Busfenster	59
4.4. Wie die Vermittlung von Unmittelbarkeit fortgeführt wird: Vermittlungsprozess mit und durch Infrastruktur	62
4.4.1. Safaribusse	65
4.4.2. Hotels/Lodges/Camps	68
4.4.3. Nationalparks	74
4.4.4. Guides	79
4.5. Naivashasee – nur ein Ort unter vielen Reisezielen	82
5. Schlussbemerkung und Ausblick	85
6. Quellenverzeichnis	89

1. Einleitung

Es ist Mitte Februar 2011 und ich gehe die South Lake Road entlang. Die mit Bremswellen versehene Straße säumt den Naivashasee von der Stadt Naivasha Richtung Süden bis zur letzten am See gelegenen Siedlung Kongoni. Mal führt sie näher ans Wasser heran, mal weiter weg, vorbei an sichtbaren, aber umzäunten Flächen, dicht gedrängten Siedlungen, Gewächshäusern und stattlichen Toren, die die Eingänge zu Hotels und Lodges kennzeichnen. Vor mir bremst ein großer zum Bus umgebauter LKW ab, um nicht über die Bremsschwelle zu rumpeln, und aus den großen Fenstern schauen ‚weiße‘ TouristInnen zu mir herunter. Sie sitzen in gemütlichen Sesseln mit Panoramablick aus der verglasten Seitenwand. Unter dem großen Fenster ist zu lesen: *real life experiences*. Der Wagen beschleunigt wieder und vorbei an den am Straßenrand aufgebauten Marktständen sehe ich ihn in die Einfahrt zur Sopa Lodge einbiegen. Am Tor darf der Wagen passieren und verschwunden ist er aus meinem Blickfeld – samt seiner Insassen. Ich muss schmunzeln. Auf den ersten Blick wirkt es doch verrückt. Da fahren Menschen aus einem völlig anderen kulturellen Kontext erhöht an den kleinen Marktständen und FußgängerInnen am Straßenrand vorbei; ihr Ziel, die nach ihrem Geschmack eingerichteten Hotels, und das Ganze wird dann *echte Lebenserfahrungen* genannt. Ich frage mich, mit welchen Vorstellungen und Wünschen die TouristInnen nach Kenia gekommen sind? Was beeinflusst die Erfahrungen der TouristInnen vor Ort? Und werden die Bilder in ihren Köpfen nach der Reise dieselben sein oder verändern sie sich?

Die Relevanz solcher Fragen liegt darin begründet, dass Bilder und Vorstellungen über fremde Länder wesentlich die Art und Weise mitbestimmen, wie diese als *das Andere* wahrgenommen werden, wobei sich die Vorstellungen auf unterschiedlichen Handlungsebenen widerspiegeln. Der Tourismus, eine der größten Industrien weltweit, stellt in diesem Kontext vielfach den Rahmen für institutionalisierte Kulturkontakte dar, über die Bilder auf gesellschaftlicher Ebene eine weite Verbreitung finden.

Die Reisenden sind vor Antritt ihres Urlaubs mit bestimmten Bildern über das Reiseziel konfrontiert. Vielfach sind sie als Alltagswissen in der Gesellschaft verbreitet. Die Erfahrungen im Urlaub werden mit diesen Bildern verbunden. Nach der Reise tragen die Urlaubserlebnisse zum Pool an Bildern bei, die neu ausgehandelt, bestätigt oder verworfen werden – ein zirkulärer aber dynamischer Kreislauf. Reisen ist allgemein keine neue Erscheinung, vielmehr gilt es als kulturelle Universalie. In Bezug auf Westeuropa hat es jedoch nach dem Zweiten Weltkrieg ganz neue Dimensionen angenommen. Dabei liegen die

Reiseziele immer öfter im außereuropäischen Ausland. Kenia gehört, vor allem was den afrikanischen Kontinent angeht, zu den beliebten Reisezielen.

Meine Magisterarbeit, die auf einer Medienanalyse und einer zweimonatigen Feldforschung am Naivashasee in Kenia aufbaut, untersucht die Zusammenhänge zwischen bestehenden Bildern und den Erfahrungen, die TouristInnen im Urlaub machen.¹ Dabei liegt mein Fokus auf einer bestimmten Gruppe von TouristInnen, den deutschen TeilnehmerInnen organisierter Bussafaris².

Die TouristInnen haben sich Kenia nicht ohne Grund als Urlaubsland ausgesucht. Im Gegenteil, sie reisen mit bestimmten Vorstellungen und Erwartungen an. Die Bilder in ihren Köpfen sind dabei von teils sehr alten Narrativen geprägt. In der Verbreitung und Weiterentwicklung dieser spielen die Medien eine große Rolle. Zentral für die Keniareisenden ist dabei das Narrativ über Afrika als ursprünglicher und natürlicher Kontinent, der vor allem im Gegensatz zu Europa als kultureller Kontinent konstruiert wird. Die TouristInnen wollen die unberührte, ursprüngliche und authentische Natur Kenias erleben; eine Denkweise, deren Wurzeln bis in die Zeit der Aufklärung reichen und die während der Kolonialzeit weitere Verbreitung fand. Anders als heute war es damals nicht der Massentourismus, sondern die Erfahrungen Einzelner prägten die Bilder über Afrika. Über die von ihnen geschriebenen Romane und Berichte fanden diese Bilder ihre Verbreitung in der Öffentlichkeit. Bis heute wirken sie in der Wahrnehmung *des Anderen* nach – selbst wenn sie sich auf den ersten Blick verändert haben, bleibt ihre strukturgebende Basis vielfach bestehen. An Romanen, die zu Anfang des 20. Jahrhunderts geschrieben wurden und die heute immer noch aufgelegt werden, lässt sich dies verdeutlichen.

Neben dem Reisebericht oder Kolonialroman haben heute andere Medien eine wichtige Rolle in der Vermittlung von Vorstellungen über Kenia eingenommen. Die Anzahl der Medien ist allgemein gestiegen. Ihnen allen geht es darum, den KonsumentInnen das Beschriebene, Dargestellte oder Gezeigte möglichst authentisch nahe zu bringen. In unterschiedlichen Medien werden dazu unterschiedliche Techniken angewandt. Versuchten die AutorInnen in den Kolonialromanen ihren Erzählungen durch die Aussage ‚Ich war da‘

¹ Die Forschung und die vorliegende Arbeit ist in das von der DFG geförderte Projekt *Resilience, Collapse and Reorganisation in Social-Ecological Systems of African Savannas* eingebunden.

² Das aus dem Arabischen kommende Wort *Safari* steht im Swahili für jegliche Form des Reisens. Während der Kolonialzeit fand es Einzug in die englische sowie deutsche Sprache und bezeichnete zu Beginn eine Großwildjagd in Ostafrika. Die meisten – wenn auch nicht alle – TouristInnen haben das Gewehr heute gegen einen Fotoapparat ausgetauscht und der Begriff bezieht sich vor allem auf Touren in wildreichen Nationalparks in Ostafrika aber auch in anderen Gegenden der Welt. Der Begriff organisierte Bussafari bedeutet an dieser Stelle, dass die Reise komplett von zuhause aus geplant und gebucht ist, ein Aspekt, auf den ich im Laufe der Arbeit zurückkommen werde.

möglichst viel Legitimität und Wahrheitsgehalt zu geben, so ist es den NutzerInnen des Internets möglich, sich Fotos und Videos anzuschauen, Tonbandaufnahmen anzuhören oder per Lifestream zu verfolgen, was gerade woanders passiert. Mit Hilfe von immer mehr Medien wird dem Nutzer und der Nutzerin des Internets vermittelt: ‚Du bist ganz nah dran‘. Die beiden Wissenschaftler Jay Bolter und Richard Grusin untersuchen diese Funktion von Medien und ihre verwendeten Techniken. Sie analysieren zwei den Medien inhärente Aspekte, die sie als *Immediacy*, den Wunsch nach Unmittelbarkeit, und *Hypermediacy*, das Verlangen nach immer neuen Medien, bezeichnen und unter dem Begriff *Remediation* zusammenfassen. Dieser Logik folgend greifen neue Medien ältere Medien auf bzw. nutzen sie, um den Inhalt im Vergleich zum vorherigen Medium noch unmittelbarer zu vermitteln.

Die Grundannahme dieser Arbeit ist, dass die organisierte Bussafari als dieser Logik folgend betrachtet werden kann. Von einer Reise in die Nationalparks versprechen sich die TouristInnen, dass das Gefühl der Unmittelbarkeit noch erhöht wird. Nach dem Erleben der *big five*³ in den Medien geht es nun um das hautnahe Miterleben der Wildnis. Doch auch diese Begegnung ist nicht unmittelbar und frei von Mediatoren, sondern wird durch das Aufgreifen schon bestehender Bilder und durch zwischengeschaltete Infrastrukturen zu besagter Begegnung.

In der folgenden Arbeit begreife ich die Reise der TouristInnen als eine von einem Vermittlungsprozess gesteuerte Reise. Der Vermittlungsprozess beginnt schon vor Reiseantritt in Deutschland und konstituiert sich aus verschiedenen technischen Medien und den in ihnen vermittelten Bildern. In Kenia selber werden die Bilder von der Infrastruktur vor Ort aufgegriffen, um den TouristInnen das Kenia zu präsentieren, welches sie sich vorgestellt haben. Mein Verständnis des Begriffs Infrastruktur lehnt sich an die Begrifflichkeit Brian Larkins an. In seiner Arbeit analysiert er, warum technische Medien als Infrastruktur gewertet werden können. Diese Perspektive nutze ich, indem ich ebenfalls die technischen Medien als Infrastruktur begreife. Zudem erweitere ich sie: so subsumiere ich auch die Hotels, Nationalparks, Guides und Safaribusse in Kenia unter dem Begriff der Infrastruktur. Dies ermöglicht mir eine zusammenhängende Analyse des Vermittlungsprozesses. Ich werde aufzeigen, wie auf der einen Seite verschiedene Bilder und Narrative (über die Natürlichkeit oder die Gefahren Afrikas, etc.) und auf der anderen Seite die Infrastruktur in Kenia dafür sorgen, dass die TouristInnen ihr Kenia so erleben, wie sie es sich vorgestellt

³ Bezeichnung für die fünf großen Wildtiere Afrikas: Büffel, Elefant, Nashorn, Löwe und Leopard.

haben. Dabei handelt es sich um ein Kenia, das wenig mit den verschiedenen Lebenswelten der einheimischen Bevölkerung zu tun hat. Vielmehr ist es ein Kenia, welches speziell für die TouristInnen konzipiert wurde. Diesen Teil Kenias, der eng mit dem sogenannten *out of Africa feeling* verknüpft ist, nenne ich *Safari-Kenia*. Für dieses *Safari-Kenia* sind sowohl die Medien und ihre vermittelten Bilder vor Reiseantritt als auch die Infrastruktur in Kenia von zentraler Bedeutung, so dass ich sie gemeinsam unter einem Begriff, der *Safari-Infrastruktur*, zusammenfasse.

Da es sich bei den untersuchten Reisen immer um Rundreisen handelt, muss die gesamte Reise durch Kenia in die Analyse einbezogen werden. Mein besonderer Fokus liegt jedoch auf dem Naivashasee. Der See zieht viele TouristInnen an. Er und die anliegenden Nationalparks (*Hell's Gate Nationalpark* und der *Mount Longonot Nationalpark*) gelten als große Attraktionen im Rift Valley. Zudem zeigt sich, wie sich in dieser Gegend die Wirkungskraft des Vermittlungsprozesses besonders beeindruckend zuspitzt. In der Region um den Naivashasee ist die Beobachtung von touristischen Aktivitäten und Unterkünften, das heißt der Infrastruktur, besonders interessant, da es sich keinesfalls um die erwünschte unberührte Natur und authentische Landschaft handelt, sondern vielmehr um eine Gegend, die seit der Kolonialzeit eine große Veränderung erfahren hat. Als ehemaliges Massai-Gebiet gehörte sie zu einer der Regionen, in denen sich während der Kolonialzeit die vorwiegend britischen SiedlerInnen niederließen um landwirtschaftliche Betriebe aufzubauen.⁴ Die in letzter Zeit wohl stärkste Veränderung hat die Ansiedlung der Schnittblumenindustrie rund um den See in den 1980er Jahren hervorgebracht. Die Hotels und Lodges teilen sich das Land um den See mit den großen Gewächshäusern der Schnittblumenindustrie, den dazu gehörigen Siedlungen der ArbeiterInnen auf den Blumenplantagen, und den GroßgrundbesitzerInnen. Im Vergleich zu den Erwartungen, mit denen die TouristInnen ihren Urlaub in der *Wildnis Afrika* planen, stellt die Situation am Naivashasee eine völlig andere dar. Ich werde in dieser Arbeit argumentieren, dass die verschiedenen Alltagsrealitäten Kenias im Rahmen des Vermittlungsprozesses von der installierten *Safari-Infrastruktur* so überlagert werden, dass ein Durchbrechen dieses Vermittlungsprozesses für die Reisenden sehr schwer ist. Dies wiederum führt dazu, dass bestehende Bilder eher verfestigt als relativiert werden.

Im ersten Teil der Arbeit werde ich basierend auf den Ideen von Bolter, Grusin und Larkin den theoretischen Rahmen erläutern, auf dem aufbauend ich die Reise als von ei-

⁴ Damit begann eine Entwicklung, deren Folgen bis heute in Landkonflikten zu beobachten sind. Mehr dazu bei Berman und Lonsdale (1992).

nem Vermittlungsprozess gesteuert begreife (2.1.). Um den Vermittlungsprozess mit Inhalt zu füllen, wende ich mich dann den theoretischen Überlegungen zu Bildern, Natur und Kultur zu, wobei die Postkoloniale Theorie die grundlegende Perspektive ist (2.2.). Der Theorieteil schließt mit einer Betrachtung der sozialwissenschaftlichen Tourismusforschung (2.3.). In Kapitel drei präsentiere ich das methodische Vorgehen innerhalb der Medienanalyse und der Feldforschung, um daran anknüpfend im Hauptteil der Arbeit den Verlauf des Vermittlungsprozesses und die Konstruktion des *Safari-Kenias* nach zu verfolgen. Dabei gehe ich auf die verschiedenen Infrastrukturen ein, die die gesamte *Safari-Infrastruktur* gliedern, angefangen bei den technischen Medien in Deutschland bis hin zu den Hotels und Nationalparks in Kenia (4.). Die Situation in der Umgebung des Naivasha-sees unterstreicht die Wirkkraft des Vermittlungsprozesses besonders. Um diesen Aspekt geht es im letzten Teil des vierten Kapitels (4.5.). Eine Schlussbemerkung und ein Ausblick schließen die Arbeit ab.

2. Theoretische Grundlagen

Vor der Darstellung der empirischen Ergebnisse der Forschungsarbeit muss eine Eingrenzung des Forschungsgegenstands stattfinden. In der vorliegenden Arbeit bediene ich mich verschiedener Begriffe und Konzepte aus verschiedenen Forschungsfeldern. Das Ziel dieses Kapitels soll es sein, die verschiedenen Felder miteinander in Beziehung zu setzen und die für die Analyse meiner Fragestellung wichtigen Aspekte herauszuarbeiten.

Da die Medien, ihre Inhalte und Techniken eine zentrale Rolle innerhalb der Vermittlung und Konstruktion des *Safari-Kenias* einnehmen, wird es im ersten Teil um medientheoretische Aspekte gehen.

Im darauffolgenden Unterkapitel werden die Rolle und die Inhalte der bestehenden Narrative zum Thema Urlaub in Kenia betrachtet. Den Rahmen dieses Kapitels bilden die postkoloniale Forschung und Überlegungen zu dem Begriffspaar *Natur* und *Kultur*, wobei ich ebenfalls zentrale Ideen der ethnologischen Tourismusforschung präsentieren werde. Das theoretische Kapitel stellt somit nicht nur den Ausgangspunkt und Rahmen meiner Fragestellung dar, sondern führt auch in die Perspektive meiner Arbeit ein.

2.1. Medientheoretische Einbettung

Zu Beginn dieses Kapitels folgen – nach ein paar kurzen einleitenden Sätzen zur akademischen Beschäftigung mit *Medien* im Allgemeinen – die Beschäftigung mit dem Begriff der

Infrastruktur nach Brian Larkin und den Ideen zur *Remediation* von Bolter und Grusin. Erstere bietet den Rahmen, innerhalb dessen ich die Reise als einen Vermittlungsprozess, gegliedert durch die verschiedenen *Safari-Infrastrukturen*, analysieren möchte. *Remediation* ist von Bedeutung, da ich die Parallelen zwischen der Funktionsweise von Medien im Sinne der beiden Autoren und der Gestaltung und Erfahrungen der Safarireise für die TouristInnen aufzeigen möchte. Denn die Tourismusbranche nutzt, wie sich zeigen wird, ähnliche Versprechen und Techniken wie die Macher der Medien, um ihr Produkt, die Reise, zu vermarkten und das *Safari-Kenia* entstehen zu lassen.

Der Begriff *Medien* ist in den letzten Jahrzehnten von immer mehr Disziplinen aufgegriffen worden. In ihrer Einleitung zu *Medientheorie. Eine philosophische Einleitung* stellen die beiden HerausgeberInnen Alice Lagaay und David Lauer heraus, wie mit dem inflationären Gebrauch des Begriffs und mit der damit einhergehenden Ausweitung ebenso eine Eingrenzung unerlässlich bleibt. Sie stellen fest, dass sich auf der einen Seite diejenigen Disziplinen festmachen lassen, die sich mit Medienpraktiken auseinandersetzen, wie die Rundfunkwissenschaften oder die Publizistik, und auf der anderen Seite die TheoretikerInnen, die sich mit dem Begriff des Mediums an sich beschäftigen (2004: 10ff.). Auch wenn es für den Begriff eine Vielzahl von Definitionen gibt, gilt für die erste Gruppe, dass sie Medien eher als technische, neutrale Kommunikationskanäle betrachten. Letztere hingegen sehen Medien nicht nur als diese, sondern als konstituierende Komponenten des individuellen und gesellschaftlichen Zusammenlebens.⁵ In Bezug auf die in ihrem Sammelband diskutierten und der zweiten Gruppe zugehörigen Ansätze, formulieren Lagaay und Lauer:

Sie liefern unterschiedliche Impulse für die Entwicklung und Diskussion der Annahme, dass Medien sich nicht als neutrale Transportkanäle für vorher abgepackte Botschaften verstehen lassen, sondern vielmehr durch ihre Strukturierungs- und Formatierungsleistungen an der Konstitution unserer Kommunikationsgehalte und -praktiken, unserer Wahrnehmungs- und Denkformen sowie letztlich unseres Verständnisses unser selbst und der Welt konstitutiv beteiligt sind. Kurz, es geht um Medien als konstitutive Faktoren von Selbst, Gesellschaft und Kultur *überhaupt*. (2004: 12, Hervorh. i. O.)

Im Zuge der historischen Ausweitung des Medienbegriffs lassen sich immer mehr Dinge als Medium auffassen. Die AutorInnen zählen auf, dass „das gedruckte Buch, der Brief, die Schrift, die bildenden Künste, die Bühne und zuletzt die Stimme und der Körper als Medien in den Blick“ genommen werden können (ibid. 12). Als einen entscheidenden Aus-

⁵ Dabei führen sie auf, dass der Begriff *Medien* erst seit Mitte des 20. Jahrhunderts in diesem Kontext genutzt wird. Dies schließt nicht aus, dass schon vorher ähnliche Themen bearbeitet wurden. Es geschah lediglich unter anderen Terminologien. In der Retrospektive wird beispielsweise auch von Platon in Bezug auf seine Schrift *Phaidros* als Medientheoretiker gesprochen (2004: 13).

gangspunkt hin zur heutigen Diskussion des Themas führen Lagaay und Lauer Marshall McLuhans „umstrittene sowie bahnbrechende These zur Funktion von Medien“ (ibid. 15) Mitte des 20. Jahrhunderts an. So formulierte McLuhan, dass neue Technologien nicht primär in Bezug auf ihren Inhalt einen Einfluss auf ihre Umwelt haben, sondern besonders durch ihre technische Beschaffenheit an sich Einfluss auf politische, soziale und kulturelle Prozesse haben.⁶ Dabei ist seiner Meinung nach jedes Medium der Inhalt eines anderen Mediums: „This fact, characteristic of all media, means that the ‘content‘ of any medium is always another medium. The content of writing is speech, just as the written word is the content of print, and print is the content of the telegraph.“ (2002: 18) Dies ist ein Ansatz, der auch bei Bolter und Grusin in weiten Teilen wieder zu finden ist.

Die Ethnologie als Disziplin wendet sich erst seit einigen Jahrzehnten den Medien als forschungswertem Gegenstand zu, und begreift etwa seit den 80er Jahren Medien nicht mehr nur als Ausdruck westlich dominierter Kultur, sondern als wichtigen Faktor sozialer Praxis. So schreiben Ginsburg, Abu-Lughod und Larkin in ihrer Einleitung zu *Media Anthropology. An Introduction*:

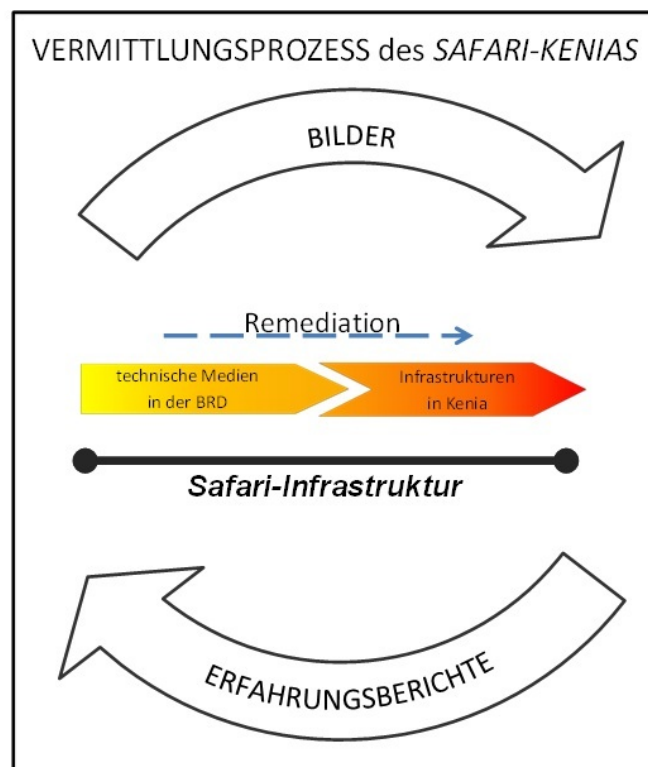
We now recognize the sociocultural significance of film, television, video, and radio as a part of everyday lives in nearly every part of the world, and we bring distinctive theoretical concerns and methodologies to our studies of these phenomena. (2002: 1)

Aufbauend auf die von Lagaay und Lauer (2004) aufgeführten Theoretiker wird davon ausgegangen, dass Medientechnologien nicht neutral sind, sondern neue Beziehungen in Bezug auf Ort, Zeit und Wahrnehmung in eine Gesellschaft einbringen (Ginsburg et al. 2002: 19).

Im Rahmen meiner Arbeit erachte ich hinsichtlich des vorher Diskutierten eine differenzierte Begriffsanwendung für sinnvoll. So verwende ich im Verlauf der Analyse des Vermittlungsprozesses die Begriffe *Medium* oder *Medien* nur in ihrer engeren Definition als technische Medien. Dabei ist die konstituierende Wirkung von Medien ein basaler Ausgangspunkt meiner Überlegungen. Im Kontext der Situation der TouristInnen vor Ort, der Hotels, Nationalparks und Tourbusse, wo es auch um Mediation geht, werde ich hingegen von *Infrastruktur* sprechen. Die technischen Medien und die Infrastruktur in Kenia fasse ich unter dem Begriff der *Safari-Infrastruktur* zusammen.

⁶ „This fact merely underlines the point that ‘the medium is the message’ because it is the medium that shapes and controls the scale and form of human association and action.“ (McLuhan 2002: 19). Darunter kann meines Erachtens auch der Aspekt des ‚geschulten Blickes‘ subsumiert werden, also die Art und Weise, auf die wir uns bestimmte Dinge (beispielsweise eine Homepage) anschauen. Ästhetische Aspekte und die Fokussierung spielen dabei eine Rolle.

Die folgende Graphik verdeutlicht die Begriffsverwendung und stellt den Analyserahmen für die Arbeit bildlich dar.



Quelle: eigene Darstellung.

2.1.1. Infrastruktur und Vermittlungsprozess

Wenn ich mit dem Terminus der *Safari-Infrastruktur* ebenso die technischen Medien vor dem Urlaub als auch die Infrastruktur in Kenia bezeichne, dann geht diese Verwendung auf den Gebrauch des Begriffes bei Brian Larkin zurück. Seine Beschreibung der verschiedenen Aspekte von Infrastrukturen eignet sich gut für die Analyse der *Safari-Infrastruktur* und vor allem ihrer Wirkungsweise. In seinem Werk *Signal and Noise* zeichnet er anhand der Entwicklung des Kinos in Kano (Nordnigeria) die kulturelle Rolle von Medientechnologien, die er als Infrastruktur begreift, nach. Dass das Kino nach der Einführung einer islamischen Gesetzgebung geschlossen wurde, liegt seiner Analyse zufolge nicht nur an den aus islamischer Sicht problematischen Bildern und Filmen, die dort gezeigt wurden, sondern vielmehr an dem Komplex Kino an sich. So hatte das Kino einen Raum geschaffen, dessen Bedeutung über seinen reinen Inhalt hinausging. Mit dem Film und dem materiellen Raum war eine soziale Praxis des sich Treffens und Austauschens zwischen den Geschlechtern verbunden, was dem Kino eine gewisse Aura verlieh, die nicht in die neu aufgebaute Ordnung hineinpasste (2008: 1f.).

Dies zeigt: Die materiellen Ausprägungen jeglicher Medientechnologie (im Kino die Räumlichkeiten, die bequemen Sitze und die Getränke) sind somit ebenso wichtig und strukturgebend wie der vermittelte Inhalt. Erst durch die Technologie wird ein bestimmter Austausch von Gütern, Wissen, Ideen und Emotionen möglich. Es ist genau dieser Austausch, der Larkin in Bezug auf die Technologie von Infrastruktur sprechen lässt. Die Infrastruktur stellt das Bindeglied dar, über welches Menschen materielle und ebenso immaterielle Elemente austauschen können. Dabei konstituiert sich die Infrastruktur aus drei bedeutungsgebenden Komponenten, die die Aura derselben ausmachen: 1. ihrem Inhalt, 2. dem materiellen Gerüst und 3. der sozialen Praxis, die sie ermöglicht und die unterschiedlich in verschiedene kulturelle Kontexte eingebettet sein kann. Medien als technische Infrastruktur zu werten, die über diese drei Komponenten verfügt, ermöglicht es zu analysieren, wie die Medientechnologien als System funktionieren. In seiner ersten Definition von Infrastruktur bezieht sich Larkin auf Graham und Marvin (2001). Er schreibt: „Infrastructures are the material forms that allow for exchange over space, creating the channels that connect urban places in wider regional, national, and transnational networks” (ibid. 5). Diese gängige Definition erweitert er jedoch um andere Aspekte um beispielsweise auch den Fluss von kulturellen Verhaltenskodexen oder Sprache ebenso als Austauschkanäle zu werten.

Infrastructure, in my usage, refers to this totality of both technical and cultural systems that create institutionalized structures whereby goods of all sorts circulate, connecting and binding people into collectivities. (2008: 6, Herv. i. O.)

Innerhalb der kulturellen Systeme gibt es auch sogenannte „soft infrastructure“, die sich beispielsweise auf Sprache und bestimmte bekannte religiöse oder kulturelle Verhaltensmuster bezieht (ibid.). Durch den transnationalen Fluss von kulturellen Gütern kreieren Medien einmalige, die Wahrnehmung betreffende Umgebungen. Dabei ist die Bedeutung, welche Medien zukommt, nicht von vorne herein absehbar und fixiert, sondern sie stellt sich erst im Alltagsgebrauch heraus und muss immer wieder neu ausgehandelt werden. Selbstverständlich steht schon zu Beginn eine konzeptionelle Struktur, eine Art Grundgedanke, hinter der Technologie. Das heißt, eine Infrastruktur wird immer begleitet von einem institutionalisierten, diskursiven Kontext, welcher sie in der jeweiligen Wirklichkeit verankert (ibid. 247f.). Dieser Kontext wird sowohl von historischen als auch sozialen und kulturellen Gegebenheit geformt und ist dynamisch.

In meinem Kontext bilden die technischen Medien und die Hotels etc. verschiedene Teile eines Vermittlungsprozesses, die ich unter dem Begriff der *Safari-Infrastruktur* zusam-

menfasse. Denn durch sie zirkulieren Menschen/Reisende, Ideen, Bilder und Vorstellungen und somit bilden sie das die Reise einbettende System. Erst die Infrastruktur macht möglich, dass die TouristInnen sich entscheiden, in Kenia Urlaub zu machen, und dass sie dann auch viele der erwarteten Situationen erleben. So beginnt der erste Schritt des Vermittlungsprozesses in Deutschland schon bevor die Personen ihren Urlaub in Kenia planen. Durch vage Bilder über Afrika, die in der deutschen Gesellschaft als Allgemeinwissen vorhanden sind – sei es aus Fernsehproduktionen (auch aus der Werbung), aus dem Internet und aus Büchern –, entsteht in den Köpfen vieler Menschen ein Bild über Afrika, welches auf Kenia übertragen eine Reise in dieses Land attraktiv wirken lässt. Zentral dafür ist, dass die Medien neben Narrativen über Armut und Gewalt vor allem das für den Urlaubswunsch viel zentralere Bild über Afrika als einen natürlichen Ort vermitteln. Da Kenia vielfach als Pars pro Toto für ganz Afrika steht, werde ich auch im Folgenden von *Afrika* reden, wenn es um das konstruierte Bild des anderen Kontinents geht. Ich spreche hinsichtlich der Reise von einem Vermittlungsprozess, da den Menschen über die *Safari-Infrastruktur* ein Kenia vermittelt wird, welches wenig mit den verschiedenen Lebenswelten der KenianerInnen zu tun hat und vielmehr ein eigenes für die TouristInnen spezifisches Land liefert. Dieses im Vermittlungsprozess geformte Kenia möchte ich *Safari-Kenia* nennen. Dabei geht es nicht darum, die Erfahrung der Reisenden als unwirklich darzustellen oder gar abzustempeln, sondern vielmehr darum, die Konstruktion des präsentierten Kenias offen zu legen, wie ich später weiter ausführen werde.

2.1.2. Remediation und transparente Unmittelbarkeit

Die Medien und vor allem die Reisewerbungen wecken in vielen Menschen den Wunsch die Natürlichkeit Afrikas hautnah und unmittelbar zu erleben; ein Wunsch, den sie, laut der Autoren Bolter und Grusin, ebenso an die Medien selber herantragen. Meiner Meinung nach kann die Reise nach Kenia als in einer Linie stehend mit den Versuchen und Versprechen der Medien bezüglich der Erfüllung dieses Wunsches betrachtet werden. Um dieser Argumentation folgen zu können, schließt nun eine Auseinandersetzung mit den zentralen Begriffen der beiden Autoren an.

Jay David Bolter (Computerwissenschaftler) und Richard Grusin sind bekannte Namen unter neueren Medientheoretikern. Sie beschäftigen sich mit der Beschaffenheit neuerer technischer Medien – wie dem Internet und dem Computer im Allgemeinen – und ihrer Rückkopplung und Verbindung zu älteren Medien. In ihrem 1999 erschienenen Werk

Remediation. Understanding New Media beschäftigen sie sich unter dem Schlagwort *Remediation*⁷ mit der Beziehung, die verschiedene Medien zueinander haben. Der Begriff leitet sich von dem lateinischen Wort *remederi* ab, was so viel heißt wie *heilen, sanieren, wiederherstellen* (1999: 59). Der Gedanke der *Remediation* setzt sich aus zwei Bestandteilen zusammen. Der eine ist *Immediacy*. So gehen Bolter und Grusin davon aus, dass ein zentraler und historischer Wunsch, den NutzerInnen⁸ an Medien richten, der ist, den Inhalt der Medien möglichst unmittelbar zu erleben. Das Vermittelte soll als hautnahe Erfahrung erzeugt werden (ibid. 5f.). Der zweite Bestandteil der *Remediation* ermöglicht erst den ersten und steht ihm zugleich paradox gegenüber. Bolter und Grusin sprechen von *Hypermediacy*. Darunter fassen sie die Nutzung und Verbindung von immer mehr Medien und die Faszination, die dies auf viele Menschen ausübt. Der/die NutzerIn trifft beispielsweise im Internet auf immer mehr Medien, die zur Vermittlung des Inhalts herangezogen werden. Dieser Aspekt ist insofern mit *Immediacy* verknüpft, als erst durch die Verwendung von immer mehr Medien das Gefühl der Unmittelbarkeit steigt. Es werden also trotz eines gesteigerten Unmittelbarkeitsgefühls mehr Medien zwischen den Konsumenten und den Inhalt geschaltet (ibid. 6). Neue Medien versuchen ältere Medien in Bezug auf diese beiden Aspekte zu übertrumpfen; es findet *Remediation* statt. Der momentan letzte technische Schritt auf diesem Weg stellt die virtuelle Realität⁹ dar.

Historisch stellt in der Malerei die Erfindung der Linearen Perspektive¹⁰ eine entscheidende Entwicklung in Richtung transparenter Unmittelbarkeit dar. Bolter und Grusin verweisen auf Arbeiten von Martin Jay (1993) und Samuel Edgerton (1975), die sich mit der Entwicklung der Linearen Perspektive und ihrer Bedeutung für die Darstellung und vor allem für die Wahrnehmung der Wirklichkeit beschäftigen. Durch diese Technik kann das Bild als ein Fenster gesehen werden, durch das der/die BetrachterIn hindurch

⁷ Ich verwende hier die englischen Bezeichnungen, da die von den Autoren intendierten Bedeutungen zu vielschichtig sind, als dass sie geeignet von einem deutschen Äquivalent ersetzt werden könnten.

⁸ Die beiden Autoren beziehen sich auf nordamerikanische NutzerInnen und die historische Entwicklung der verschiedenen Medien dort. Sie betonen, dass sich ihre Erkenntnisse nicht auf die Menschheit im Allgemeinen übertragen lassen. Eine Übertragung auf europäische NutzerInnen ist meiner Meinung nach jedoch auf Grund der ähnlichen technischen Entwicklung möglich.

⁹ *Virtual reality* Any of a variety of systems that immerse the user in computergenerated graphics. Wearing special glasses or a headset, the user sees only what the computer draws on the eyepieces. Virtual reality operates under the logic of transparent immediacy [sic] and is the opposite of ubiquitous computing." (Bolter und Grusin 1999: Glossary 274, Herv. i. O.).

¹⁰ „*Linear perspective* A form of mathematical projection through which three-dimensional objects are represented on a two-dimensional surface. A key feature in the style of transparent immediacy pursued by western painting from the Renaissance until the late nineteenth century." (ibid. Glossary 273, Herv. i. O.).

blickt.¹¹ Die Idee ist, dass das Bild an sich, die Leinwand, unwichtig wird und nur das Abgebildete präsentiert. Der Betrachter steht somit beispielsweise nicht vor dem Gemälde einer Landschaft, sondern vor der Landschaft selbst. Ein wichtiger Aspekt, wenn es im Verlauf der Arbeit darum geht, das Busfenster der Safariбусse als Vermittler zwischen den TouristInnen und der kenianischen Landschaft zu betrachten. Als Beispiel für einen zweiten Schritt auf dem Weg zu mehr Unmittelbarkeit in der Malerei kann auf den Pinselstrich verwiesen werden. An diesem wurde immer weiter gearbeitet, um ihn nicht mehr wahrnehmbar zu gestalten (ibid. 24f.).

Der zweite Aspekt der *Remediation*, die *Hypermediacy*, steht der *Immediacy* sowohl konstitutiv als auch oppositionell gegenüber. Sie bezeichnet eine Art und Weise von (visueller/multisensueller) Repräsentation, deren Ziel es ist, den/die NutzerIn an das Medium zu erinnern (ibid. 272). Dies geschieht, wenn eine große Anzahl verschiedener Medien installiert wird, um etwas zu repräsentieren, wodurch entweder eine solche Fülle von Eindrücken entsteht, die bei dem/der NutzerIn ein Gefühl von Direktheit und Nähe erzeugt, oder aber klar das Medium hervorgehoben wird (was auch eine Erfahrung von Unmittelbarkeit sein kann). Das Internet ist eine Technik, die viele Möglichkeiten für *Hypermediacy* bietet. Oft können die NutzerInnen gleichzeitig etwas lesen, anschauen und anhören. Das somit erzeugte Gefühl der *Immediacy* bezieht sich nicht auf die physische Realität sondern vielmehr auf ein emotionales Empfinden von Nähe und Direktheit. Die beiden Autoren nutzen in diesem Kontext den Begriff *naiver Blick* (ibid. 30), um die Diskrepanz zwischen der gefühlten Wahrnehmung von Unmittelbarkeit und dem tatsächlichen und auch bewussten Akt der Vermittlung zu erfassen.

Im Laufe der Zeit wurden immer komplexere technische Mittel erfunden, die auf der einen Seite zwar den Anspruch hatten, alte Medien zu ersetzen, verbessern oder reformieren, dies auf der anderen Seite aber nur schafften, indem sie sich derselben Medien, die sie zu revolutionieren versuchten, gleichzeitig auch bedienten. Im Kern ging es oftmals darum, mehr transparente Unmittelbarkeit zu erzeugen. Auch hierfür ist das Internet ein offensichtliches, aber sicher nicht das einzige Beispiel. In einem neuen Format greifen ProgrammiererInnen ältere Medien, angefangen bei Schrift, über Graphiken oder Bilder bis hin zu Filmen, auf und verbinden so eine Vielzahl von Vermittlungstechniken miteinander – *Hypermediacy*. Aber auch ältere Medien haben versucht, die Aufmerksamkeit der KonsumentInnen durch das Ansprechen mehrerer Sinne zu erlangen. So wurde schon auf Post-

¹¹ Bolter und Grusin verweisen hier auf die an Albrecht Dürer angelehnten Arbeiten von Erwin Panofsky (1991) und Leon Battista Alberti (1972).

karten vom Anfang des 20. Jahrhunderts in großen Lettern „Greetings from Coney Island“ geschrieben, wobei in den Umrissen der Buchstaben von Coney Island, Bilder der Stadt präsentiert wurden (ibid. 14).

So ziehen sich die beiden Aspekte der *Immediacy* und *Hypermediacy* durch die Entwicklungsgeschichte der Medien, und konstituieren sich immer wieder als die beiden gegensätzlichen Seiten desselben Wunsches. Bolter und Grusin formulieren es so:

In addressing our culture's contradictory imperatives for *immediacy* and for *hypermediacy*, this film demonstrates what we call a double logic of *Remediation*. Our culture wants both to multiply its media and to erase all traces of mediation: ideally, it wants to erase its media in the very act of multiplying them. (ibid. 5, Herv. i. O.)

Ausführlich beschreiben die beiden, wie neue Medien ihre Legitimität oder Daseinsberechtigung durch ihren Anspruch, ein anderes Medium zu verbessern, erhalten. Wenn es dabei meist um die Erfüllung des Wunsches nach unmittelbarer Präsentation des Dargestellten geht, wird die Unzulänglichkeit des alten Mediums erst durch das neue offensichtlich und das neue Versprechen der direkten Vermittlung kann so lange aufrecht erhalten werden, bis die technische Entwicklung weitergeht. So stehen alle Medien nicht nur miteinander in Verbindung, sondern sie machen die Existenz der anderen erst möglich:

What is a Medium? We offer the simple definition: a medium is that which re-mediate. It is that which appropriates the techniques, the forms, and social significance of other media and attempts to rival or refashion them in the name of the real. A medium in our culture can never operate in isolation, because it must enter into relationships of respect and rivalry with other media. (ibid. 65)

Diese Definition beinhaltet viele Aspekte der vorher angesprochenen Medientheoretiker, wie beispielsweise Marshall McLuhans Ideen. Ein Beispiel für eine solche Beziehung zwischen Medien ist ein Film, der die Geschichte eines Buches aufgreift. Es besteht eine klare Beziehung zwischen den beiden – eine Art von *Remediation*. Aber um den Zuschauern das größtmögliche Gefühl des ‚in der Geschichte sein‘ zu geben, wird nicht auf das vorherige Medium Buch verwiesen. Die ZuschauerInnen sollen nicht an das Buch, sondern an den Inhalt der Geschichte denken.

Bolter und Grusin differenzieren zwischen drei Ebenen von *Remediation* (ibid. 55f.):

a) Remediation als Vermittlung der Vermittlung

Zunächst ziehen die beiden Autoren eine Parallele zwischen ihrer Art und Weise, über Medien nachzudenken, und den Ideen einiger Poststrukturalisten. So wie für die Poststrukturalisten alle Interpretation eine Reinterpretation ist und nichts vorrangiger als Schreiben

ist, so ist für die Autoren in unserer visuellen Kultur nichts vorrangiger als Vermittlung (ibid. 56f.). Das heißt, jede Vermittlung beruht auf einer anderen Vermittlung. Dadurch kommentieren, reproduzieren und ersetzen Medien einander und geben sich gegenseitig Bedeutung. Diese enge Verbindung ist integraler Bestandteil der Mediendefinition von Bolter und Grusin. In Bezug auf Postmoderne Theorien verweisen sie auf Bruno Latour, der in seinem Buch *We Have Never Been Modern* von 1993 Sprache und Interpretation eine besondere Bedeutung zuschreibt. Sprache wird – in der Postmoderne – nicht als neutrale Übermittlerin von Botschaften gewertet, sondern vielmehr als aktive Vermittlerin, die den Raum zwischen sinngebendem Subjekt und der Natur füllt. Sprache als Vermittlerin erfüllt somit ebenfalls Aufgaben der *Remediation*, genauso wie es visuelle Vermittler tun. Das heißt, in Latours Sinne und von Bolter und Grusin übernommen sind technische Medien *Hybride*, die sich aus dem menschlichen Subjekt, der Sprache und der externen Welt der Dinge formen. Diese Hybride sind so real wie ihre einzelnen Bestandteile, wenn nicht sogar noch realer: „[...] in fact, in some sense they are more real because no constituent (subject, language, object) ever appears in its pure form, segregated from the other constituents” (ibid. 57f.).

b) Remediation als Untrennbarkeit von Vermittlung und Realität

Durch ihren hybriden Charakter und ihre Möglichkeiten des sozialen, kulturellen, ökonomischen und materiellen Austauschs sind Medien nicht nur technische Objekte, sondern bekommen auch auf andere Art und Weise eine Realität zugesprochen. Sie haben einen festgeschriebenen aber verhandelbaren Platz in unserer Kultur. Sie nehmen durch allgemein anerkannte Rollen Räume ein, die sowohl die Realität vermitteln als auch Teil dieser Realität sind, indem sie soziale, ökonomische und kulturelle Aufgaben und Bedeutungen innehaben. In diesem Kontext beschreiben die beiden Autoren ein sehr anschauliches Beispiel. Ist ein/e TouristIn gerade im Begriff ein Foto zu schießen oder einen Film zu drehen, so bleiben PassantInnen stehen, warten oder bücken sich unter dem Fotoapparat hindurch. Dies geschieht nicht nur aus Höflichkeit, sondern ist ebenso Ausdruck der Akzeptanz des realen Raumes, den das Medium Foto in diesem Moment einnimmt (ibid. 59).

Dieser Aspekt wird von zentraler Bedeutung sein, wenn es um die Beurteilung beziehungsweise Analyse des Vermittlungsprozesses im empirischen Teil gehen wird. Das konstruierte *Safari-Kenia* nimmt als Hybrid, das sich aus der materiellen Präsenz und den Vor-

stellungen der Reisenden konstituiert, einen realen Raum ein, der auch als solcher verstanden wird.

c) Remediation als Reform

In dem Aspekt der Theorie, in dem *Remediation* als Reform aufgefasst wird, wird die Entscheidung der beiden Autoren für diesen Begriff am deutlichsten. So übernehmen sie – wie schon ausgeführt – den Begriff, um die Wichtigkeit zu betonen, die einem neuen Medium bezüglich einer Verbesserung von älteren Medien zugesprochen wird. Dieser Glaube ist insbesondere in der Digitalisierung von Medien sehr präsent. So preisen die Anbieter von E-Mails ihr Produkt als praktischer und schneller an als der herkömmliche Brief und das neue interaktive und digitale Fernsehen soll den ZuschauerInnen mehr Freiheiten zugestehen als das alte Rundfunkfernsehen. Aber dieser Verbesserungseffekt beschränkt sich nicht allein auf digitale Medien. Auch das Foto wurde als Reform des Gemäldes gewertet oder das Fernsehen als Reform des Theaters. Erst im Zuge des Vergleiches wird dem/der NutzerIn bewusst, was dem alten Medium fehlt(e), dass das Foto mehr Unmittelbarkeit erzeugt als das Bild, der Film mehr Nähe als das Foto und die virtuelle Realität mehr Möglichkeiten bietet als der Film (ibid. 59f.). Diese technischen Entwicklungen können somit als in einer Linie stehend betrachtet werden; eine Linie, in die ich die Safarireise und ihre Infrastrukturen – wenn auch nicht historisch, so doch für jede/n Reisende/n zeitlich individuell – analytisch eingliedern möchte. Auch wenn ich die Infrastrukturen nicht als Medien bezeichne, so sind sie doch aufs Engste mit den gängigen Medien verbunden und nutzen ähnliche Techniken in der Fortführung des Vermittlungsprozesses. Die Reiseunternehmen versprechen in ihren Prospekten und Internetauftritten das hautnahe Erleben Afrikas und beziehen sich dabei durch Werbesprüche und Zitate auf gängige Medienrepräsentationen Kenias.

Abschließend sei noch auf einen weiteren Aspekt hingewiesen, der sowohl für die Betrachtung von Medien als auch für die Betrachtung der Infrastrukturen des *Safari-Kenias* von Bedeutung ist. Medien reformieren letztlich die Realität selbst, indem sie auf unsere sozialen, ökonomischen, kulturellen und materiellen Beziehungen Einfluss nehmen und neue Wege möglich machen. So lässt sich die These der *Remediation* als Reform sowohl auf den Inhalt, aber auch auf die allgemeine Beschaffenheit von Medien, ihren hybriden Charakter und ihre Stellung und Rolle in der Gesellschaft beziehen; eine Aussage, die stark

an Marshall McLuhans *The Medium is the Message* (1967) und ebenso Larkins (2008) Ideen zu Medien erinnert.

Sowohl von Bolter und Grusin betont, als auch für meine Verwendung der Ideen zentral, ist folgende Prämisse: bei der Beschäftigung mit Medien sollte eine holistische Perspektive anlegt werden. Ihre Technik, Form, soziale Bedeutung und ökonomische Rolle sowie ihre Vernetzung untereinander sind schwer getrennt voneinander zu betrachten, und müssen immer wieder zueinander in Beziehung gesetzt und als System betrachtet werden. Dabei ist entscheidend, dass nicht alle NutzerInnen diese unterschiedlichen Aspekte gleich bewerten. Was zum Beispiel für eine Gruppe von Menschen eine unmittelbare Erfahrung durch die Medien darstellt, ist für eine andere Gruppe eher eine offensichtliche *Hypermediacy*. Bei dieser Bewertung spielen diverse kulturelle, soziale aber auch die Generation betreffende Kriterien eine Rolle. Da aber auch das Erleben von *Hypermediacy* eine reale Erfahrung sein kann, kommen die beiden Begriffe *Hypermediacy* und *Immediacy* bei dem Wunsch nach direkter authentischer Erfahrung zusammen.

Was genau ist nun in Bezug auf Kenia der Inhalt des Wunsches nach Unmittelbarkeit? Und was wird auf der anderen Seite im Verlauf des Vermittlungsprozesses zur Konstruktion des *Safari-Kenias* von Medium zu Medium und von Medium zu Infrastruktur aufgegriffen und weitergegeben? Dazu mehr im nächsten Kapitel und in Kapitel 4.1. und 4.2.

2.2. Narrative, Bilder und Postkoloniale Theorie – die inhaltliche Grundlagen des Vermittlungsprozesses

Wurde im vorangegangenen Kapitel der analytische Rahmen für die Betrachtung des Vermittlungsprozesses dargestellt, geht es nun um die Inhalte der Vermittlung und dabei vor allem um Natürlichkeit. Im Zentrum der Betrachtung stehen die verschiedenen Narrative und Gegebenheiten, die zum Urlaub in Kenia führen. Als Narrative bezeichne ich in dieser Arbeit Betrachtungs- und Interpretationsweisen von Phänomenen und Ereignissen, die weniger auf die Erfassung des tatsächlichen Einzelfalls abzielen, als vielmehr auf die Einbettung desselben in einem größeren Kontext. Somit wird das Erfahrene Bestandteil einer fortlaufenden Erzählung. Diese ist nicht primär individuell, sondern von gesellschaftlichen Normen und Werten geleitet.

Dabei sind Bilder kleinere Einheiten, die innerhalb der Narrative in Sinnzusammenhänge gestellt werden. Um den Gehalt der für die vorliegende Arbeit zentralen Narrative und ihre Bedeutung fassen zu können, werden sie in Unterkapitel 2.2.2. im Licht der Postkolo-

nialen Studien betrachtet. Anschließend folgt eine einführende Erläuterung zum Themenkomplex Natur, Kultur und Landschaft in den Sozialwissenschaften, um diese für den Fortgang der Arbeit bedeutenden Konzepte und ihre Konstruktion nachvollziehbar machen zu können.

2.2.1. Bilder und Stereotypen

Wenn es darum geht, was im Vermittlungsprozess des *Safari-Kenias* vermittelt wird, lautet meine Erklärung bis jetzt: Bilder über Kenia. Ich nutze mit dem Begriff *Bilder* eine sehr vage Bezeichnung. Verwandte Begriffe sind *Stereotype* oder *Vorurteile*, die unterschiedliche Konzepte bezeichnen, aber auch synonym genutzt werden. Oftmals werden Stereotypen als Kategorien begriffen, auf denen basierend Vorurteile aufbauen.

Komplexe Wirklichkeiten werden erst über Kategorisierungen wahrnehmbar. Diese basieren darauf, dass zum Beispiel Menschen oder Dinge [oder Nationen] auf der Basis einzelner Merkmale einer Gruppe zugeordnet werden. Die Anwendung einzelner Merkmale ist eine Form der Stereotypisierung. Die Auswahl von einzelnen Faktoren folgt dabei keiner „natürlichen“ Ordnung und ist kein natürlich „vorgegebener“ Prozess, sondern ist kulturhistorisch und durch ökonomische und politische „Erfordernisse“ einer Kultur bedingt. (Arndt und Hornscheid 2004: 47)

Stereotype sind relativ veränderungsresistent, was durch den Umstand zu erklären ist, dass das permanente Wiederholen der gleichen Stereotype dazu führt, dass diese in die individuelle Wahrnehmung aufgenommen werden und somit als natürlich und eindeutig begriffen werden. Neue Grenzen werden nur schrittweise ausgehandelt. Stereotype, die über einen langen historischen Zeitraum bestehen bleiben, verfestigen sich zu Wahrheiten in der jeweiligen Kultur oder Gesellschaft (ibid.). Oftmals werden die Stereotype in Abgrenzung zu Selbstzuschreibungen aufgestellt; ein Aspekt, der in dieser Arbeit durch das Darstellen der Entwicklung des Gegensatzpaares Natur – Kultur zum Tragen kommt.

Die in der Literatur zusammengetragenen Theorien in Bezug auf die Entstehung, Manifestation und Veränderung von Narrativen, Stereotypen und Bildern sind sehr reichhaltig. Wegen der gebotenen Kürze im Rahmen dieser Arbeit habe ich mich für eine Konzeptionalisierung des Begriffs *Bild* entschieden, die sehr breit ist. Der Begriff *Bild* bedeutet hier die Ansammlung aller einer Sache zugeschriebenen Attribute, die sich meist in Stereotypen manifestieren. Dabei beruhen diese Bilder – die sich zumeist auf das gesamte Kenia oder sogar Afrika beziehen – nicht auf eigenen Erfahrungen, sondern wurden im Laufe der Sozialisation erlernt. Dies bedeutet im Allgemeinen sowie im spezifischen Beispiel, dass es

einen gewissen Konsens über positive und negative Bilder innerhalb einer Gesellschaft gibt. Diese Bilder, die sicherlich auch eine positive Rolle einnehmen können, bergen die Gefahr, zu Diskriminierung und Missdeutung zu führen, da sie meist statisch und automatisiert sind. Wie tief verankert die einzelnen Bilder bezüglich Afrika und Kenia sind und wie stark die Macht der verschiedenen Narrative ist, die sich aus einzelnen Bildern zusammensetzen, zeigt sich an Hand der Akzeptanz des Vermittlungsprozesses als steuerndes Element der Erfahrungen während des organisierten Safariurlaubs. Dies wird im empirischen Teil der Arbeit dargelegt.

Spereche ich davon, dass Bilder die ihre Wurzeln beispielsweise in der Kolonialzeit haben, sich bis heute kaum gewandelt haben, so bedeutet das nicht, dass sie statisch sind. Es sind nicht exakt die gleichen Bilder. Zentral dabei ist jedoch die Tatsache, dass die den Bildern zugrunde liegenden Strukturen oftmals die gleichen geblieben sind, worauf ich in Kapitel 4.1. noch genauer eingehen werde.

2.2.2. Postkoloniale Theorie und Tourismus

Der vorliegenden Arbeit liegt eine postkoloniale Perspektive zugrunde. Dazu trägt unter anderem die Tatsache bei, dass viele der Bilder, mit denen TouristInnen Kenia erreichen, vor allem während der Kolonialzeit geprägt wurden. Auch wenn Gedanken, die den The- sen der postkolonialen Denkrichtung zugrunde liegen, schon während der Kolonialzeit zu finden sind,¹² so wird der eigentliche Beginn der Postkolonialen Theorie mit dem Werk *Orientalism* (1978) von Edward Said angesetzt. Said bedient sich in diesem Werk Foucault's Diskursanalyse¹³, um das Schlüsselkonzept seiner Theorie, den *Orientalismus* zu entwickeln.

¹² Die Theoretiker der Négritude wie Aimée Césaire und Leopold Senghor in den 1930ern sowie später Frantz Fanon betrachteten Kolonialismus und Rassismus aus der Perspektive des kolonialisierten Subjektes (vgl. Gutiérrez Rodríguez 2003: 22). Das Anführen dieser Denker im Kontext der Postkolonialen Theorie weist schon darauf hin, dass das Präfix ‚post‘ nicht als zeitlich nach der Kolonialisierung zu verstehen ist. Es steht vielmehr für eine Denkrichtung, die über das Denken im Kolonialdiskurs hinausgeht, es von einer anderen Perspektive aus beleuchtet und Gegendiskurse entwirft (Do Mar Castro Varela und Dhawan 2005: 24).

¹³ Foucaults Werk erstreckt sich in vielen Veröffentlichungen über 30 Jahre. Zentrale Inhalte seiner Überlegungen waren die Konzepte Wissen, Macht und Subjekte. Drei Komponenten, die er auf eine neue Art und Weise in seiner *Diskurstheorie* miteinander verknüpfte. Sprache versteht er in diesem Kontext als gesellschaftliches Ordnungsprinzip, welches zu verschiedenen Zeiten unterschiedliche soziale Realitäten durch unterschiedliche Diskurse produziert. Diskursiv ausgehandelt werden unter anderem Normen und Werte, aber auch Machtverhältnisse (Strüven 2009: 62). „[...] Foucault [hat sich] in der Hinterfragung universeller Objektivität und Wahrheit primär auf die Konstitutions- und Ordnungsprozesse von Wissen konzentriert sowie auf die Frage, wie dominante Vorstellungen von der Welt durch Diskurse ermöglicht und strukturiert werden.“ (ibid.).

Orientalismus ist ein Konzept, das „als generischer Begriff“ mittlerweile für die Postkoloniale Theorie steht (Do Mar Castro Varela und Dhawan 2005: 30). „Er beschreibt, wie dominante Kulturen sogenannte andere Kulturen repräsentieren und damit erst schaffen.“ (ibid.) So zeigt Said anhand der Kolonialdiskurse, wie von vermeintlichen Orientexperten dieser Orient erst als Einheit konstruiert wurde, wie sowohl die kolonisierten Subjekte, als auch die Kolonisatoren selber erst durch den Diskurs in ihrer Beziehung zueinander geschaffen wurden. Wie schon bei Foucault betont, blieb der Kolonialdiskurs nicht auf einer rein sprachlichen Ebene, sondern manifestierte bzw. manifestiert sich im politischen, gesellschaftlichen und individuellen Handeln und war bzw. ist eine Grundlage der Entstehung von Machtverhältnissen. Entscheidend ist die daraus resultierende Folgerung, dass das konstruierte Bild *des Anderen* über die konstruierende Person mehr aussagt als umgekehrt und damit prägend für die eigene Identitätsbildung ist. Mit Saims Worten: „[...] universal practice of designating in one's mind a familiar place which is 'ours' and an unfamiliar space beyond 'ours' which is 'theirs'“ (1979: 54). Während Said seine Analyse insbesondere auf Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen bezogen hat, wurde sie später auch auf andere Gruppen und gesellschaftliche Diskurse im Allgemeinen übertragen. So erweist sich diese Analyse noch heute in der Beschäftigung mit TouristInnen als sehr nützlicher Rahmen. Der Tourismus in den ehemaligen Kolonien, wie wir ihn heute vorfinden, würde so ohne die koloniale Eroberung nicht existieren. Vielerorts war der Tourismus im Gegenteil sogar Bestandteil der kolonialen und imperialen Mission (Hannam und Knox 2010: 107). Auch Kenia war während der Kolonialzeit Ziel einiger reicher SafaritouristInnen, die damals das Wild noch nicht mit dem Fotoapparat sondern mit der Flinte verfolgten, um Jagdtrophäen aus dem Urlaub mit nach Hause zu bringen (wobei der lokalen Bevölkerung zugleich das Jagen verboten wurde).

Ein wichtiger Punkt der Betrachtung innerhalb des Postkolonialismus ist die Entkolonialisierung und die daraus erwachsende gängige Tendenz, die historisch nachfolgenden Strukturen bzw. die entstehenden Beziehungen zwischen den ehemaligen Kolonien und den Kolonisatoren als neokolonial¹⁴ zu bezeichnen. Die TouristInnen¹⁵ sind – allgemein

¹⁴ „[...] Im Neokolonialismus tritt die formale pol. Unabh. der Kolonien an die Stelle der Verwaltung durch die ehem. Kolonialmächte, die alten Abhängigkeitsbeziehungen bleiben jedoch bestehen. [...] insbesondere Frankreich und Großbritannien [wurde] der Vorwurf gemacht, den Neokolonialismus als Instrument ihrer Politik einzusetzen, indem sie ihre Kolonien in die Unabhängigkeit entlassen, sie mit wirtsch., kulturellen u.a. Mitteln jedoch weiterhin an sich binden.“ (Meyns 2004: 444).

¹⁵ Auch wenn ich in diesem Kapitel sehr pauschal über die TouristInnen schreibe, möchte ich betonen, dass es innerhalb der Reisenden große Unterschiede in der Wahrnehmung und im Umgang mit neokolonialen Diskursen gibt.

gesagt – durch die Medien etc. mit neokolonialen Diskursen konfrontiert. Bestandteil dessen ist auch, dass in gängigen Darstellungen Afrikas oft in Dichotomien gedacht wird: wir – die, arm – reich, Kultur – Natur. Dies kann zu paradoxen (unterbewussten) Gefühlen führen: Auf der einen Seite werden europäische Standards als überlegen und erstrebenswert betrachtet, auf der anderen Seite wird die Sehnsucht nach einem vermeintlich natürlichen Leben idealisiert. Auf der Handlungsebene schlägt sich ersteres beispielsweise in Institutionen wie der Entwicklungszusammenarbeit nieder.¹⁶ Letzteres spiegelt sich in vermeintlich harmlosen Begegnungen und Aktivitäten wie dem Reisen wieder. Es handelt sich jedoch, wie schon angedeutet, nicht um zwei ständig separate Sphären. Es gibt im Gegenteil einen starken Diskurs darüber, ob und wie Tourismus als Katalysator für Entwicklung wirken kann.¹⁷

Hannam und Knox fassen die Verbindung zwischen Orientalismus und Tourismus sehr prägnant zusammen:

The Orient is socially constructed as a place where those in the West can contemplate their fantasies and desires outside of their own boundaries of normality, and the fabricated ‘mystic orient’ is frequently seen as a relatively timeless, unchanging and anachronistic place. [...] There is no doubt about the seductive power of the symbolic systems at work in the construction of such Orientalism in both tourism and interrelated forms of popular culture more widely. (Hannam und Knox 2010: 108)

Ein häufiger Wunsch von TouristInnen besteht darin, exotische Orte oder die dort lebenden und somit ebenfalls exotischen Menschen zu besuchen und zu sehen. Was dabei als exotisch und somit von mir selber unterschiedlich wahrgenommen wird, hängt stark mit gängigen Diskursen über *den Anderen* zusammen. Die Rhetorik, mit der Reisen in nicht ‚westliche‘ Länder in den Medien und Broschüren dargestellt wird, gleicht oftmals einem früheren kolonialen Sprachgebrauch. Es wird von *entdecken*, *erforschen* und *ausfindig machen* gesprochen, wenn es um das Bereisen vermeintlich vom Rest der Welt abgeschnittener Orte und Regionen geht; Orte, die oftmals als Paradies und Gefahr gleichermaßen bezeichnet werden. Touristische Aktivitäten und der Diskurs um *den Anderen* reflektieren somit bestehende Machtverhältnisse. Somit bekräftigt Tourismus diese nicht nur, sondern trägt auch zur weiteren Verbreitung derselben bei (Hannam und Knox 2010: Kap. 7). Dies trifft

¹⁶ Begrifflich betrachtet gab es eine Änderung von der *Entwicklungshilfe* hin zu *Entwicklungszusammenarbeit*: ein Versuch die ungleichen Machtverhältnisse zwischen *Geber-* und *Nehmerländern* zu negieren. Diese bleiben aber nichtsdestotrotz in vielen Fällen bestehen.

¹⁷ Dabei handelt es sich um ein sehr breites Feld innerhalb der Tourismus- und Entwicklungsforschung, auf das ich hier nicht näher eingehen kann. Mehr dazu bei: Baumhackl (2006), Scheyvens (2002, u.a.) und Vorlaufer (1996, u.a.).

vor allem zu, wenn es aus den unterschiedlichsten Gründen weiterhin um die Vermittlung alter, bestehender Bilder geht.

Mit einem klassischen Entwicklungsdiskurs verknüpft, wird *der Andere* oftmals als ein Angehöriger einer Gruppe konstruiert, die auf einer sich weiter unten befindenden Entwicklungsstufe angesiedelt wird und nicht in der ‚Moderne‘, sondern in der ‚Tradition‘ verankert lebt. Somit bildet sie ein Gegenüber zum entwickelten ‚Westen‘. Mit dieser Kategorisierung geht eine weitere, ältere Einteilung einher: Seit der Renaissance und dann besonders während der Romantik als Gegenbewegung zur Industrialisierung wurde der Westen als sich durch die voranschreitende Urbanisierung und Industrialisierung immer weiter von der Natur fortbewegend begriffen und damit die Kultur als der Natur gegenüberstehend aufgebaut (Luig und von Oppen 1997: 12).

Im nachfolgenden Kapitel wird auf die historische Entwicklung der Konzepte *Natur* und *Landschaft* und ihre Verbindung zum Begriff *Kultur* eingegangen. Die drei Begriffe und ihre Beziehungen sind von zentraler Bedeutung, wenn es um die Betrachtung des Tourismus in Ostafrika geht.

2.2.3. Konstruierte Dichotomie: Natur versus Kultur

Der Begriff *Natur* hat seine Wurzeln in dem lateinischen Begriff *natura* was so viel bedeutet wie *geboren werden* (Hannam und Knox 2010: 124). Bezeichnete der Begriff bis zum 16./17. Jahrhundert nur die Essenz oder Qualität von etwas, so kamen mit der Zeit andere Bedeutungen hinzu (Luig und von Oppen 1997: 10). Oftmals wird von Natur in Bezug auf ein von Menschen unberührtes Gebiet gesprochen, oder aber sie bezeichnet die Totalität der physikalischen Welt im Allgemeinen. Beide Konzepte werfen die Frage nach der Rolle des Menschen innerhalb der Natur oder aber zu ihr in Beziehung stehend auf. Hannam und Knox zählen drei verschiedene Typen von Beziehungen auf: 1. der Mensch im Einklang mit der Natur, ein Zustand, der oft als Idealtyp ausgelegt wird. 2. die Natur als den Menschen dominierend und 3. der Mensch als die Natur dominierend; eine sehr gängige Perspektive beispielsweise im Kontext der weltweiten Klimaerwärmung (2010: 124). Die drei verschiedenen Typen tauchen vielfach nebeneinander auf und werden zur Erklärung unterschiedlicher Phänomene herangezogen.

In Europa ist der Blick auf die Natur stark von naturwissenschaftlichen Diskursen geprägt, die in den letzten Jahrhunderten immer mehr Macht im Sinne der Deutungshoheit erlangt haben (Hannam und Knox 2010: 125). Mit dem Ende des Mittelalters ging die An-

sicht einher, dass der Mensch die Natur dominieren kann, dass sie nach gewissen Gesetzen und Regeln funktioniert, vermessen, klassifiziert und sortiert werden kann, und nicht den religiös göttlichen Weisungen unterworfen ist (ibid.). Der Mensch wurde nun nicht mehr als passiver Teil der Natur gesehen, sondern als aktives Subjekt, das der Natur mit seiner Kultur gegenübersteht (Hirsch 1995: 6). Aus dieser Epoche stammt auch der Begriff der *Naturgesetze*. Zur Zeit der Aufklärung und der Industrialisierung war die Idee, dass das Einwirken des Menschen auf die Natur berechenbar ist, grundsätzlicher Bestandteil der Gedankenwelt. Auf der einen Seite führte dies dazu, dass die *wilde Natur* und mit ihr die in ihr lebenden Menschen – je nach Zeit als *Wilde*, *Primitive* oder *Eingeborene* bezeichnet – als Gegenstück zur Zivilisation konzipiert wurden. Es galt sie zu zähmen, um ihre Gefahren zu bannen und Fortschritt zu bringen (ibid.: 16f.). Der englische Garten, als Sinnbild der geordneten und gezähmten Zivilisation, versinnbildlicht diesen Gedanken sehr zutreffend (Broch-Due 2000: 16; Adams und McShane 1996: 7).

Auf der anderen Seite verstärkte sich im Zuge dessen jedoch eine andere Strömung, die schon im 16. Jahrhundert ihre Wurzeln hatte und später in der Renaissance und der Romantik ihre Fortführung fand. Sie führte zu der ambivalenten Haltung, die wir auch heute noch oft in Diskussionen anfinden. Dabei handelt es sich um die Vorstellung, die Menschheit würde auf ihrem zivilisatorischen Weg eine Gefahr für die Natur darstellen und die Nähe zur Natur und damit zu ihrer Herkunft und ihrem Ursprung verlieren. Mit einer Sehnsucht nach dem einfachen und geborgenen Leben wurde einerseits in die eigene imaginative Vergangenheit geblickt, andererseits wurde dieser Zustand vom ursprünglichen Einklang zwischen Natur und Mensch in anderen Ländern, spezifisch außerhalb Europas, gesucht. In diesen wurden die Einheimischen als *Edle Wilde* klassifiziert, als in Harmonie mit ihrer Umwelt lebend und noch nicht von der Zivilisation verdorben. Sie wurden als *natürliche Andere* im Vergleich zu entwickelten Westeuropäern konzipiert, und stellten somit das romantisierte Sinnbild europäischer Vorstellungen eines naturverbundenen, exotischen Menschen dar.¹⁸ Die Natur in Form von Wildnis wurde als noch nicht vom Menschen be-

¹⁸ Ein früher Vertreter dieser Denkrichtung stellt Jean-Jaques Rousseau dar. In Bezug auf die Afrikabilder Rousseaus und seiner Weggefährten schreiben Adams und McShane: „Images of Africa among Rousseau’s contemporaries grew from stories told by explorers and travelers like Mungo Park, Richard Burton, and David Livingstone. From these and others came tales of the Dark Continent, the world’s last great wilderness. The heroic figures from the golden age of African exploration searched for the sublime and found it; here was a refuge from industrial, despoiled Europe. To an eager audience steeped in romanticism, and to the generations that followed, the tales of the explorers created an Africa that was both paradise and wilderness, a place of spectacular but savage beauty.” (1996: xxi).

einflusst dargestellt und so tauchten alte biblische Bilder wie das des Garten Eden oder des Paradieses in diesem Kontext auf – Rahmungen, die bis heute Bestand haben.¹⁹

On the one hand, to subdue wilderness is to establish order and perhaps re-create Eden by cultivation nature, human and nonhuman, in the mold of Christianity and / or capitalism. On the other hand, to feel awed is to celebrate wilderness in its ordinary form, a nostalgic mode that still travels with a wish to preserve nature as a way to preserve our common past (or Our Common Future) but is no less open to commodification and exploitation. (Broch-Due 2000: 18)

Das Bild des *Edlen Wilden* hat sich als sehr beständig erwiesen und obwohl es von wissenschaftlicher Seite her mittlerweile als unhaltbar eingestuft wird,²⁰ ist es immer noch in populären Darstellungen Afrikas zu finden (vgl. Steins 1972: 49). Insbesondere in der Tourismusbranche wird es häufig bedient – hier sind beispielsweise die Massai als sehr bekannte Gruppe zu nennen. Dabei können die Massai ebenfalls als ein gutes Beispiel für die paradoxe Anwendung dieser Betrachtungsweise aufgeführt werden. So werden sie einerseits als positives Sinnbild für eine in ihrer vermeintlichen Ursprünglichkeit und Natürlichkeit verbliebenen Gruppe stilisiert, andererseits in vielen Fällen als Bedrohung für die Natur und die Tierwelt gesehen, was zu ihrer Vertreibung oder Umsiedlung aus (neu entstehenden) Nationalparks führt. Auch in manchen Filmen werden die Massai als Problem thematisiert, ich nenne hier nur das – auch unter meinen GesprächspartnerInnen – sehr bekannte Beispiel *Serengeti darf nicht sterben* von Bernhard und Michael Grzimek aus dem Jahr 1959.²¹

¹⁹ „The deeply rooted concept of wilderness lies at the heart of the myth of wild Africa, and accounts for its lasting resonance. We are as ambivalent toward the wilderness as we are certain about Eden. The notion of a place beyond human control where order breaks down, stems from sources as diverse as Beowulf and the Bible, and it evokes responses ranging from fear to awe to delight.” (Adams und McShane 1996: 6). Dabei hat sich jedoch die Ausschmückung dieser Wildnis über die Jahre gewandelt. War sie zu Rousseaus Zeiten der dichte Dschungel, so fällt heute eher das Bild der Serengeti in dieses Muster (ibid. xiii).

²⁰ Heute gibt es jedoch noch Ableger davon. Die Bewohner Afrikas werden nicht mehr *Edle Wilde* genannt, aber im Kontext von Entwicklungsdiskursen und daraus entstehenden konkreten Projekten oder im Rahmen von Naturschutzprogrammen und Nationalparks findet die Einteilung in Menschen, die im Einklang mit der Natur, ihren Wurzeln und Traditionen leben, und solchen, die diese Verbindung verloren haben, noch ihren Gebrauch. Dabei wird jeweils eine der beiden – meist relativ statischen – Kategorien, als positiv oder negativ für das Gelingen des Projekts oder des Naturschutzes gewertet. Broch-Due beschreibt dieses Phänomen der Einteilung in Bezug auf Naturschutzprojekte als „good natives“ versus „bad natives“ (2000: 29f.).

²¹ Im Laufe des Films erklärt der Sprecher die Ausbreitung der Sahara – verursacht durch menschliches Fehlverhalten – stelle eine reale Gefahr für die Serengeti dar. Einen aufmerksamen Zuschauer hätte die große räumliche Distanz zwischen der Sahara und der Serengeti stutzig machen müssen. Die Logik dieser Art der Argumentation auf die Probe stellend, stellt Jeremy Swift in *Desertification. Narratives, Winners and Losers* (1996) den wissenschaftlichen Diskurs um Desertifikation als einen der mächtigsten Diskurse ohne fundierte wissenschaftliche Basis dar, der sich ungeachtet dessen immer weiter reproduziert und auch ausschlaggebend für viele Aktivitäten und Programme ist.

Mit dieser Perspektive, der Mensch sei störend für die Natur, geht bezüglich des afrikanischen Kontinents das sehr alte Bild der menschenleeren Landschaft einher. Dieses wurde während der Kolonialzeit geprägt (und ggf. so empfunden) und weist die Landschaft als unabhängig von menschlichem Leben aus. Vermittelt wurde das Bild in der daran anknüpfenden Literatur. Hier fand oftmals nur der privilegierte Protagonist Erwähnung in der Beschreibung der Landschaft.²² Auch in bildlichen Darstellungen der afrikanischen Weite war beziehungsweise ist die scheinbare Menschenleere ein gängiges Motiv; eine mit Akazien bewachsene Landschaft, in der nur am Rand ein einsamer, in die Ferne blickender Pastoralist auftaucht.²³ Die Serengeti, ebenfalls bekannt durch den Disneyfilm *König der Löwen*, ist in der dominanten westlichen Vorstellung – ungeachtet der über Jahrtausende währenden Siedlungsgeschichte durch pastoralnomadische Gruppen – menschenleer. In dem bekannten *Circle of Life* kommen Menschen nicht vor. Daher erscheint es der/dem westlichen BeobachterIn auf den ersten Blick einleuchtend, dass die zunehmende Einwirkung des Menschen (durch demographischen Wandel und Armut) auf das natürliche System zu Problemen führen müsse. Dabei handelt es sich vorwiegend um vom ‚Westen‘ und den lokalen Eliten ausgehende, politische und wirtschaftliche Entwicklungen, die zu Veränderungen in der Beziehung zwischen der lokalen Bevölkerung und der Natur führen, wie Robbins argumentiert (2004: 3f.).

Nationalparks

In der Gründung von Nationalparks manifestiert sich die Annahme, der Mensch sei eine Gefahr für die Natur, in besonderem Maße. Das Konzept des Nationalparks stellt, seit der Eröffnung des ersten seiner Art – dem Yellowstone Nationalpark in den USA im Jahre 1872 – eine der prominentesten Formen des Naturschutzes in Form der (vermeintlichen) Exklusion menschlicher Handlungen dar.²⁴ Davon nicht betroffen sind Formen der Erholung und des reinen Genießens der Natur. Diese waren von Anfang an mit in das Konzept integriert, wonach der Nationalpark zur Freude der momentanen BesucherInnen da sein

²² Ein bekanntes Beispiel dieser Literatur ist Theodore Roosevelts Beschreibung seiner Jagdsafari im Jahre 1909, die er in dem Buch *African Game Trails* (1910) festhielt: „I speak of Africa and golden joys; the joy of wandering through lonely lands; the joy of hunting the mighty and terrible lords of the wilderness, the cunning, the wary, and the grim.” (zitiert in Adams und McShane 1996: 25).

²³ Die Darstellung der ostafrikanischen Savannen als menschenleer hatte auch politische Hintergründe. Sie war Bestandteil der Legitimation der exzessiven Landnahme durch die europäischen SiedlerInnen (Robbins 2004: 12).

²⁴ Robbins schreibt bezüglich der Exklusion menschlichen Handelns für den Yellowstone Nationalpark in seiner Einleitung zu *Political Ecology*: „The removal and reintroduction of the wolves, the culling and protection of the elk, the abolition and return of fire, indeed the very establishment of a ‘wilderness’ reserve from a sacred hunting and living space, are all human acts.” (2004: xvi).

und gleichzeitig die Schönheit und Bedeutung der Natur für zukünftige Generationen erhalten soll (Hannam und Knox 2010: 127; für eine gegenläufige Darstellung siehe Frost und Hall 2009: 4ff.). Von den USA ausgehend hat sich das Konzept in relativ kurzer Zeit über den ganzen Globus verbreitet, so dass heute im Prinzip jeder Nationalstaat seinen eigenen Nationalpark hat.²⁵ In den ehemaligen afrikanischen Kolonien entwickelten sich diese jedoch anders als beispielsweise in den USA. Zu Anfang stand dem Schutz der Tierwelt der Wunsch nach der Großwildjagd entgegen. Diese Freizeitbeschäftigung war unter vielen weißen SiedlerInnen und reichen TouristInnen in Ostafrika weit verbreitet. Bekannt sind heute noch Tania Blixens Freund Denys Finch-Hatton, sowie Reisende wie Ernest Hemingway oder Theodore Roosevelt. Obwohl es in einigen Fällen schon zu Anfang des 20. Jahrhunderts Gesetze zum Schutz der Tierwelt gab, wurde diesen lange Zeit keine Beachtung geschenkt. Das Jagen und ebenso die intensive landwirtschaftliche Nutzung wurden als wichtiger erachtet. Erst nachdem sich der Bestand der Tierwelt immer weiter reduzierte, wurden diese Praktiken durch Druck von außen gehemmt (Hannam und Knox 2010: 127).

Landschaft

Wird von Natur im Sinne der Beschaffenheit eines bestimmten Gebietes oder in ästhetischen Kategorien gesprochen, so wird meist der Terminus Landschaft genutzt. Der Begriff der *Landschaft*, der heute in vielen Kontexten genutzt wird, hat eine lange Geschichte, in deren Verlauf er seine Bedeutung vielfach verändert hat. Die Entwicklung in den verschiedenen europäischen Sprachen verlief nicht parallel. Im 15. und 16. Jahrhundert durchlief der Begriff wichtige Veränderungen, die auch noch in seinem heutigen (sehr vielfältigem Gebrauch) auftauchen. In diesem Kontext obliegt der Entwicklung der Landschaftsmalerei in Norditalien eine große Bedeutung. Hier fand der ästhetische Aspekt Einzug in den Begriff der Landschaft. Vor allem für die urbane Elite, für die die Stadt als Ort des Arbeitens der erholsamen Natur gegenüber gestellt wurde, erfüllte die Landschaftsmalerei den Wunsch nach einer harmonischen und idealisierten Vorstellung ländlicher Umgebung (Lutig und von Oppen 1997: 10). Auch die Entstehung der Stadtgärten ist in diesem Kontext zu

²⁵ Frost und Hall sprechen dem Nationalpark im Nationalstaat eine identitätsstiftende Wirkung zu. Sie betonen in ihrer historischen Analyse jedoch, dass sich die Nationalparks nicht überall gleich entwickelt haben. Es gebe zwar diverse Dachverbände und Organisationen wie die *International Union for Conservation of Nature*, die Umsetzung der Standards und der verschiedenen Ziele obliege jedoch den Nationalstaaten selber. In den ehemaligen Kolonien begann der Aufbau der Nationalparks verstärkt nach dem Zweiten Weltkrieg (2009: 6ff.).

betrachten (Hirsch 1995: 2). Zudem wurde zu dieser Zeit das sich wandelnde Verständnis von Natur mit in den Begriff integriert. Bezeichnetet Natur – wie schon erwähnt – bis dahin nur die Qualität von etwas, so etablierte sich der Begriff zunehmend als abstrakte Beschreibung für die materielle Welt an sich und entwickelte sich zum Gegenbegriff der sozialen Welt (Luig und von Oppen 1997: 10).²⁶

In der Ethnologie, in der Landschaft primär als kulturelles Konzept begriffen wird, beschäftigte man sich erst spät mit Landschaft als solcher. Lange Zeit wurde sie lediglich als Rahmen und Umgebung für soziale Prozesse und Lebensweisen gesehen (Rössler 2009: 298).²⁷ Wie Landschaft aber mentale, kognitive, ästhetische oder ideologische Aspekte des Lebens in der Weise beeinflussen kann, dass es nicht eine objektive Landschaft gibt, sondern dass es von Kultur zu Kultur unterschiedliche Aspekte innerhalb einer Landschaft gibt, die von Bedeutung sind und beispielsweise einen Einfluss auf die eigene Identität und die Weltsicht haben, wurde erst spät in den Blick genommen.²⁸ Die Beschreibung von Landschaften ist nie ‚natürlich‘ sondern immer begrenzt durch die Kategorien und Werte einer spezifischen kulturellen Situation. Beschreiben wir also eine Landschaft, so sagen wir damit mindestens ebenso viel über das beschriebene Objekt aus wie über uns selbst. Eine ostafrikanische Landschaft, die beispielsweise für das europäische Auge als karg und öde daher kommt, ist für den Pastoralisten die Heimat seiner Viehherden.²⁹ Die Landschaft der Nationalparks ist für viele TouristInnen das Sinnbild unberührter Natur und Wildnis; ein Bild, das bei näherer Betrachtung nicht aufrecht erhalten werden kann. Lange Zeit hat menschliches Handeln die Landschaft so geformt, wie wir sie heute vorfinden. Wie Paul Robbins am Beispiel des Yellowstone Nationalparks argumentiert, führt der Ausschluss menschlichen Lebens (zusätzlich zu den von den touristischen BesucherInnen hervorgeru-

²⁶ Die Kontinuitäten, die das sich wandelnde Landschaftskonzept aufweist, listet Michael Bollig wie folgt auf: „(1) Landscape always conveys a holistic perspective on a section of the environment, (2) the unit being analysed and/or represented is usually characterized by heterogeneity and yet it is homogeneous enough to differ from other similar units, and (3) it focuses attention on the organic and inorganic materialization of these interactions.“ (2009: 15f.)

²⁷ Schon vorher wurden Zusammenhänge und Wirkungsrichtung von Mensch und Umwelt und die daraus erwachsende Determinierung in die eine oder andere Richtung diskutiert, wie beispielsweise im Kulturmateri-
alismus oder im Neomarxismus. Dies wurde jedoch nicht mit dem Konzept Landschaft verbunden.

²⁸ In vielen Disziplinen wird Landschaft heute sogar ohne jede Verbindung zu ökologischen Prozessen betrachtet (Bollig 2009: 24). Siehe dazu auch Greer et al. (2008). Martin Rössler angelehnt an (Conzen 1990) führt vier Hauptthemen in der kulturgeographischen Beschäftigung mit Landschaft auf: „Environmental awareness, symbolic representation, landscape design and landscape history“ (2009: 300).

²⁹ Luig und von Oppen betonen, dass es mittlerweile eine Reihe von Literatur über die Entwicklung des europäischen Blicks auf die afrikanischen Landschaften gibt. Dem gegenüber stehe aber nur ein sehr kleiner Teil an Literatur, der sich mit der emischen Perspektive der verschiedenen afrikanischen Gesellschaften beschäftigt (1997: 20). Vergleiche ebenfalls Knudsen et. al (2008: 4).

fenen Veränderungen³⁰⁾ zu einer gravierenden Veränderung des gesamten Gebietes, die alles andere als natürlich ist. Dabei ist die jeweilige Landschaft nicht statisch, sondern unterliegt einem ständigen Aushandlungsprozess, in dem verschiedene Akteure unterschiedlich viel Macht haben, um ihre Sicht der Dinge durchzusetzen.³¹ Landschaften verkörpern Ideen. Soziales Wissen und gesellschaftliche Konzepte werden in der Landschaft und auch in der Beschreibung dieser, sowohl in Bezug auf die eigene Heimat als auch auf andere Landschaften, repräsentiert.

Besonders in der Geographie, aber auch in der Ethnologie, haben sich einige WissenschaftlerInnen mit dem analytischen Begriffspaar Raum und Ort auseinandergesetzt. Beides sind Einheiten, die auch in der Betrachtung von Landschaft, sowohl in dem hier spezifischen Kontext der von TouristInnen wahrgenommenen Landschaft als auch im Allgemeinen, von Bedeutung sind. An dieser Stelle ist kein Platz für eine ausführliche Diskussion der beiden Begriffe. Es werden nur kurz einige zusammenfassende Gedanken präsentiert. Die beiden Begriffe finden nur in Anlehnung aneinander bzw. in Abgrenzung zueinander ihre spezifische Unterscheidung (Hanssen 1998: 55). Hanssen begreift Raum als etwas, das immer die Qualität einer abstrakten und neutralen Größe hat und somit so weit wie möglich unabhängig von jeder subjektiven Position ist. Erst durch das erfahrende Subjekt wird er zum Ort. Dabei kann ein Raum mehrere Orte beinhalten, die sowohl individuell als auch kollektiv unterschiedlich gesehen werden können und sich ständig ändern. Dabei sind die Grenzen sowohl des Ortes als auch des Raumes fließend. Jeder Ort bleibt Teil eines Raumes, das heißt, aus dem Kontinuum Raum wird eine spezifische Einheit herausgetrennt und bekommt Bedeutung zugesprochen (ibid. 57f.). Ein Ort kann nicht an die Stelle des Raumes treten und diesen ersetzen. Ingold erläutert dieses Verhältnis mit einer Analogie zu Saussures Deutung der Sprache: “Just as the word, for Saussure, is the union of a concept with a delimited ‘chunk’ of sound, so the place is the union of a symbolic meaning with a delimited block of the earth’s surface” (2000: 192). Der Raum stellt somit die Oberfläche dar, auf der und innerhalb derer Landschaften und Orte als Klammern gedacht werden können, die bestimmten Gegenden Bedeutung zuschreiben.

Für die TouristInnen, die sich auf den Weg nach Ostafrika machen, bekommt dieser große Raum einzelne Orte zugewiesen. Dadurch, dass sie das Land die meiste Zeit aus dem

³⁰ Für eine ausführliche Darstellung des Einflusses der TouristInnen auf die Landschaft der besuchten Gegenden siehe Urry (1992: 1). In Bezug auf die Auswirkung von Tourismus auf die Umwelt mit Blick auf Ressourcenverbrauch siehe Erve Chambers (2000: 69).

³¹ Ein wichtiges Feld der *Political Ecology*.

Busfenster sehen, haben diese keine festen Grenzen und werden kaum geographisch in bestimmten Ecken Kenias verortet. Vielmehr nehmen die Orte den imaginativen Raum Kenias in ihren Köpfen ein. Während der Reise ziehen die Landschaften an ihren Augen vorbei und setzen sich zusammen aus den Nationalparks, Hotelanlagen, Seen und oberflächlich auch den Siedlungen, durch die sie fahren. Es ist davon auszugehen, dass für die Einheimischen ganz andere Markierungen und Orte eine Rolle spielen, aus denen sich der Raum ihres Landes zusammensetzt. Dabei gibt es keine objektiven oder einheitlichen Orte, sondern eine Vielzahl verschiedener, die, obwohl sie von kollektiven Wertvorstellungen, Normen und Ideen geformt sind, doch für jedes Subjekt individuelle Ausprägungen haben.

2.3. TouristInnen

Der Tourist und die Touristin stellt in dieser Arbeit das zentrale Subjekt dar; ein Subjekt, zu dem in der Ethnologie und Soziologie schon viel geforscht wurde. Die Tourismusforschung ist ein Feld, das von vielen verschiedenen Disziplinen und somit aus ganz unterschiedlichen Perspektiven betrachtet wird. In der Ethnologie ist das Interesse an diesem Forschungsfeld, abgesehen von ein paar wenigen Artikeln, erst in den 70er Jahren entstanden.³²

Nach einigen einleitenden Worten zur Tourismusbranche und ihrer wissenschaftlichen Rezeption werde ich zuerst auf Klassiker der Tourismusforschung eingehen um im Anschluss neuere Ansätze des Forschungsfeldes nachzuzeichnen.

Neben der Automobil- und Ölwirtschaft stellt der Tourismus einen der größten Wirtschaftssektoren weltweit dar. In den vergangenen Jahren ist die Anzahl der jährlichen Auslandsreisen und Binnenreisen stark angestiegen. Laut der UNWTO (*United Nation World Tourism Organization*) steigt die Anzahl der internationalen Urlaubsreisen seit Mitte des 20. Jahrhunderts jährlich um 6,2% an. Sie beziffert die Zahlen wie folgt: 1950: 25 Millionen und 2010: 940 Millionen TouristInnen. Bei der Nennung dieser Zahlen, geht es nicht primär darum, zu zeigen, um was für einen wichtigen industriellen Sektor es sich handelt, sondern vielmehr darum, aufzuzeigen, wie viele Menschen jährlich auf diese institutionalisierte Art und Weise ihr Lebensumfeld verlassen um neues oder anderes kennenzulernen und zu erleben. Daran anschließend werden häufig die Fragen gestellt, welche sozialen und kulturellen Auswirkungen dieser Kontakt sowohl auf die Gäste als auch auf die Gastgeber

³² 1974 fand die erste Konferenz im Rahmen der *American Anthropological Association* zu Tourismus und Ethnologie statt, worauf hin Valene Smith 1978 den Sammelband: *Hosts and Guest. The Anthropology of Tourism* herausgab.

hat, oder was Menschen dazu bewegt, ihre Heimat für einen gewissen Zeitraum zu verlassen, um irgendwo anders Urlaub zu machen? Zu beachten ist dabei, dass in der Wissenschaft die Breite der angewandten Definitionen stark variiert. Ich orientiere mich in dieser Arbeit an einem Teil der Definition von Graburn, die Smith in der Einleitung zu ihrem Sammelband aufgreift: „[...] a tourist is a temporarily leisured person who voluntarily visits a place away from home for the purpose of experiencing a change” (Smith 1978: 2). Insbesondere Burns hat sich dafür stark gemacht, dass es im sozialwissenschaftlichen Kontext viele Vorteile bringt, Tourismus nicht nur als Prozess, sondern als ganzes System zu betrachten.

While tourism can be seen as an industry (or a set of interlinked industries), it is also a complex set of social phenomena; [...] the system approach forces us into thinking about tourism as being connected with society and cultural process not merely as an economic process; (and) if tourism is the ‘conversion of dreams’ then questions must be asked about what sort of dreams and whether or not the conversions will create, ameliorate or irritate cultural tensions. (2002: 35f.)

In den frühen Arbeiten zum Themenkomplex Tourismus lassen sich in Bezug auf das Forschungsfeld einige implizite Annahmen finden, die nach und nach immer mehr in Frage gestellt wurden (Chambers 2000: 4ff.). Dabei geht es, laut Chambers, vor allem um einen weit verbreiteten Eurozentrismus bezüglich der Grundannahmen. So war es lange üblich, Tourismus als ein relativ neues Phänomen zu betrachten, das – abgesehen von Pilgerreisen und den Reisemöglichkeiten der Eliten – erst mit der Moderne in Europa seinen Anfang nahm. Damit eng verwoben ist die Fokussierung auf Tourismus und Freizeit; eine Freizeit, die vermeintlich erst durch die Industrialisierung und die voranschreitende Kapitalisierung Westeuropas für die breiten Massen zum alltäglichen Luxus wurde, und es ihnen ermöglichte, einer Elite zu folgen, die schon lange Zeit den Luxus des Reisens genießen konnte (beispielsweise im Rahmen der *Grand Tour* im 16.-18. Jahrhundert). Als letzten Punkt bezüglich der eurozentrischen Grundannahmen früherer ethnologischer Forschungsarbeiten ist die Beziehung zwischen TouristIn und GastgeberIn zu nennen. So wurden die sich in der Kolonialzeit aufbauenden und nach der Entkolonialisierung aufrecht erhaltenen Machtunterschiede zwischen Europa und den ehemaligen kolonisierten Ländern auch auf den Tourismus bezogen. Als konstituierend für ein außereuropäisches Reiseziel wurden nicht die GastgeberInnen, sondern die TouristInnen gewertet (ibid.).

Kaum jemand würde heute bestreiten, dass die oben genannten Punkte dazu beigetragen haben, dass der Tourismus so ist, wie er sich aktuell gestaltet. Oftmals wurden diese Punk-

te jedoch zu deterministisch und einseitig betrachtet. Im Zuge der Globalisierung hat das Ausmaß des Tourismus, das heißt die Anzahl der Reisenden und ebenso die der Orte, die TouristInnen empfangen, stark zugenommen. Sowohl historische Gegebenheiten als auch gegenwärtigere Beispiele in und außerhalb Europas zeigen jedoch, dass nicht alle Faktoren, die vermeintlich den heutigen Tourismus auszeichnen, neu sind (ibid. 8).³³

In der soziologischen und ethnologischen Forschung beschäftigten sich mehrere AutorInnen damit, die TouristInnen in Bezug auf Motivation, Reiseziel, Reiseform und Einstellung zu kategorisieren.³⁴

Klassiker der Tourismusforschung

Auch wenn es an einer solchen Kategorisierung sehr viel Kritik gibt (dazu später mehr), zeigt sie schon, dass es unterschiedliche Arten des Reisens gibt, hinter denen unterschiedliche Erwartungen und Wünsche für den Urlaub stehen. Um etwas zu dieser Diskussion auf einer anderen Ebene als dem pauschalen Einteilen in Kategorien beizutragen, haben sich einige AutorInnen mit grundsätzlicheren Fragestellungen beschäftigt. Dabei stand und steht die Frage im Mittelpunkt, was Reisen in der heutigen Zeit allgemein bedeutet, und in welchem Verhältnis es zum alltäglichen Leben steht. Einen der ersten Beiträge zu dieser Diskussion hat Nelson H. H. Graburn geliefert. Unter anderem aufbauend auf Victor Turners Analyse ritueller Prozesse, reiht Graburn Reisen ein in eine Reihe von Events, die das alltägliche Leben der Menschen unterbrechen, etwas besonderes darstellen und dadurch das Leben erst lebenswert machen (1978: 18f.).³⁵

Diesen Ansatz, Urlaub als Freizeit und damit als Gegenpol von Arbeit aufzubauen, verfolgt auch Dean MacCannell in seinem viel beachteten Werk *The Tourist. A New Theory of*

³³ Chambers nennt hier zum Beispiel die Trennung zwischen Freizeit und Arbeit, die in anderen Teilen der Welt anders verlaufe als in Westeuropa und ebenso andere Traditionen des Reisens (ibid.).

³⁴ So sieht Smith (1978) eine Korrelation zwischen der Anzahl der TouristInnen an einen Ort (Massentourismus) und ihrem Willen zur Anpassung an lokale Normen und Gegebenheiten. Daraus erstellt sie sieben Kategorien. Der/die Reisende in der oberen Kategorie, der *Explorer* Kategorie, bricht in touristisch noch relativ unerschlossene Gebiete auf und passt sich am besten an die lokalen Gepflogenheiten an. Diese Anpassung nimmt in den folgenden Kategorien stetig ab bis hin zur Kategorie des *Charter Tourist*. Die anderen in seiner Tabelle genannten Kategorien lauten wie folgt: „Frequency of Types of Tourist and Their Adaptations to Local Norms: The Explorer, the Elite, the Offbeat, the Unusual Tourist, the Incipient Mass, the Mass Tourist, the Charter Tourist” (Smith 1978: 9).

³⁵ In diesem Kontext bietet Reisen an ferne Orte eine Möglichkeit der Freizeitgestaltung, die als säkulares Ritual den normalen Rhythmus des Arbeitens, das zuhause stattfindet, unterbricht. Auf Leach (1961) aufbauend ordnet er Arbeit dem Profanen und Tourismus dem Heiligen zu und stellt so auf einer Zeitachse den Zeitfluss des sozialen Lebens und seine soziale Bedeutung dar. Der Urlaub ist eingebettet in eine einleitende und eine ausleitende Phase und wird selber als liminale Phase verstanden, aus der der Urlauber und die Urlauberin als ein/e andere/r zurück kommt. Er/sie hat einen neuen Status. Es ist ein Ritual, das im Gegensatz zum Alltag zuhause stattfindet und das einen auf der Achse des Lebens voranschreiten lässt (ibid.).

the Leisure Class, das zum ersten Mal 1976 veröffentlicht und seitdem wiederholt aufgelegt wurde. Für ihn ist Reisen die Freizeitbeschäftigung per se. So setzt er sich mit den TouristInnen nicht nur im Kontext ihres Urlaubs auseinander, sondern für ihn stehen sie für den modernen Menschen an sich. Er versucht sich dabei nach eigenen Worten an einer Ethnographie der Moderne, in der die Reisenden auf der Suche nach der wirklichen, realen Erfahrung ihrer eigenen, alltäglichen Welt entfliehen. Denn es scheint so, als sei das authentische, einfache und dadurch reale Leben nur an anderen Orten, in anderen historischen Kontexten und somit bei anderen Menschengruppen, die als aus einer anderen Zeit kommend wahrgenommen werden, zu finden. Diese Sehnsucht nach der Natur und dem Echten sind für ihn somit konstituierend für die Moderne (1999: 3).

Ihm zufolge sind in der heutigen Zeit überall touristische Attraktionen zu besichtigen. Dabei besteht eine Attraktion für ihn aus drei Komponenten: einer/m TouristIn, einer Sehenswürdigkeit und einem Markierer. Dieser Markierer kann ein Reiseführer, eine Infotafel oder ein Souvenir sein, das dem Objekt, Platz oder Ereignis die Bedeutung zuschreibt, die es in der großen weiten Welt der TouristInnen zugeschrieben bekommen hat. Dabei gibt es eine klare Unterteilung in wichtige und unwichtige Sehenswürdigkeiten. So ist es im kollektiven Bewusstsein verankert, dass das Wichtigste im Louvre die Mona Lisa ist. Es ist quasi ein ‚obligatorisches Ritual‘, das die TouristInnen wie folgt leitet: „If one goes to Paris one must see Notre Dame“ (ibid. 42). Eine Sakralisierung der Sehenswürdigkeit, die sich ins kollektive Bewusstsein einbrennt und immer wieder reproduziert wird, indem immer mehr TouristInnen dorthin strömen und die Souvenirs und Bilder sich über die Welt verteilen.³⁶ Im Falle Kenias sind es die Nationalparks, denen eine solche Stellung als sakrale Sehenswürdigkeit zugewiesen wird.

Um zu beschreiben, wie dem Wunsch der TouristInnen nach dem echten, wirklichen Leben begegnet wird, und wieso dieser nicht erreicht werden kann, greift MacCannell auf den Soziologen Goffman zurück, der die These aufgestellt hat, dass moderne Gesellschaften sich in einer Dichotomie von *front-* und *back regions* organisieren (ibid. 92ff.). Dabei ist, vereinfacht gesagt, die *back region* der Ort, wo sich das Leben abspielt. Es gibt nur einen

³⁶ Die Sakralisierung führt über fünf Schritte, angefangen bei der Namensgebung, hin zum Einrahmen (zum klaren Abtrennen des Raumes), zur Verehrung/Einschließung und über mechanische Reproduktion hin zur sozialen Reproduktion und damit zur völligen Etablierung als touristische Sehenswürdigkeit (ibid. 43f.). Der vierte Schritt, die mechanische Reproduktion, trägt am meisten dazu bei, dass die Attraktion die gebührende Aufmerksamkeit in der touristischen Öffentlichkeit bekommt. Zu dieser Produktion gehört auch die Verarbeitung in Medien: „[...] the creation of prints, photographs, models of effigies of the object which are themselves valued and displayed. It is the mechanical reproduction phase of sacralization that is most responsible for setting the tourist in motion on his journey to find the true object. And he is not disappointed. Alongside of the copies of it, it has to be The Real Thing.“ (ibid. 45).

begrenzten Kreis von Personen, die Zugang dazu haben. Auf der *front stage* werden Rollen gelebt, die oft den Anschein erwecken sollen, ebenfalls das private Leben zu sein (was sie teilweise auch sind), wobei aber klar ist, dass Außenseiter ebenfalls einen Einblick bekommen. Diese sozial konstruierte Einteilung, die MacCannell noch weiter ausdifferenziert, um sie den verschiedenen touristischen Settings anzupassen, würde hier zu weit führen; nur soviel: Um einen Einblick in die *back stage* zu bekommen, die eigentlich nicht für Außenstehende offen ist, bedarf es meist eines zufälligen Ereignisses (ibid. 97). Ansonsten gibt es eher Einblicke in die „staged back region, a kind of living museum“ (ibid. 99). MacCannells These ist, dass die TouristInnen sich dieser Tatsache oftmals bewusst sind, was sie jedoch nicht davon abhält weiter nach möglichst authentischen Situationen Ausschau zu halten und ebenfalls schon mit vermeintlich authentischen Ereignissen zufrieden zu sein. Dabei reagieren Menschen unterschiedlich auf das ihnen Dargebotene und es gehört immer eine unterschiedliche Interpretation der Dinge mit zum Verlauf der Ereignisse. Mit seinen eigenen Worten: „Needless to say, the tour you get is not necessarily the tour you are given“ (ibid. 192). Angewandt auf den Kontext des *Safari-Kenias* heißt dies, dass die *Safari-Infrastrukturen* Teil der *front stage* sind. Sie vermitteln im Rahmen des Vermittlungsprozesses jedoch nicht etwa eine *back stage* der Lebenswelten der Kenianer, sondern eine *back stage* eines über einen langen Zeitraum konstruierten Bildes über Kenia. Anders verhält es sich hingegen in den für TouristInnen angelegten Massai-Dörfern, auf die die Einteilung in *front-* und *back stage* zutreffen würde, die aber nicht Gegenstand dieser Untersuchung sind.

John Urry fokussiert in seinem Werk *The Tourist Gaze* die Gründe, weshalb die Tourismusindustrie eine der größten Industrien weltweit werden konnte, und was die Menschen Europas und Nordamerikas in den verschiedensten Zeiten dazu bewegt hat, ihre Heimat für einen Urlaub zu verlassen. Dabei ist er vor allem an den sozialen Gefügen interessiert, die dieses Reisen als eine Antwort auf die Bedingungen der postmodernen Gesellschaft motivieren (Urry 2002: 32). Er beschreibt, dass es vor allem darum geht, einen Unterschied von zuhause wahrzunehmen, was dadurch geschieht, dass man sich andere Dinge anschaut und sie somit konsumiert. Diesem Prozess des Anschauens – *to gaze* – kommt, wie der Titel schon vermuten lässt, eine zentrale Stellung zu.³⁷ Was angeschaut wird, ist stark durch die

³⁷ Dass er das ‚Anstarren/Anschauen‘ als die zentrale Tätigkeit der TouristInnen aufgebaut hat, hat ihm viel Kritik eingebracht, die vor allem auf zwei Punkte abzielt. Erstens würden viele touristische Aktivitäten andere Sinne wesentlich mehr ansprechen und zweitens habe er sich nur mangelhaft mit der reichen Literatur zur Geschichte der Visualität beschäftigt. In der Ausgabe von 2002 nimmt er im letzten Kapitel *Globalising the*

Medien und das kollektive Wissen um Attraktionen vorstrukturiert – ähnlich MacCannells sakraler Attraktionen. Der Blick, mit dem die TouristInnen durch die Welt reisen und sich Dinge anschauen, ist nicht neutral, sondern im Großen und Ganzen sozial vorgegeben. Dabei konstituiert der Blick sich im Gegensatz zu dem, was als normal empfunden wird (Urry 2002: 12).³⁸ Mit seiner Analyse ist Urry der erste Autor, der Ideen Foucaults in die Tourismusforschung überträgt.

Davon ausgehend beschreibt er sechs verschiedene Arten des Schauens, die er wie folgt betitelt: der romantische Blick, der Blick auf die Umwelt (Bedeutung des eigenen *ökologischen Fußabdrucks*), der ehrfürchtige Blick, der ethnologische Blick und der mediatisierte Blick, der Orte aus Filmen etc. fokussiert. Während der/die BetrachterIn sich beim romantischen Blick in einer persönlichen und halbspirituellen Beziehung zum Objekt des Blickes sieht, wie beispielsweise bei einem einsamen Strand oder einer Bergkuppe (beides Orte, bei denen die Anwesenheit anderer Menschen von vielen als störend empfunden wird), wird beim Blick auf ein Spektakel oder beim kollektiven Blick, die Anwesenheit anderer Menschen als wünschenswert aufgefasst. Ein und dieselbe Sehenswürdigkeit kann bei unterschiedlichen TouristInnen jeweils einen anderen Blick auslösen bzw. kann mit einem anderen Blick betrachtet werden. Als Beispiel nennt Urry den Palast Tadsch Mahal in Indien, der für einige TouristInnen nur ein Spektakel unter vielen darstellt, wohingegen er von muslimischen TouristInnen mit Ehrfurcht betrachtet wird (ibid. 150). Das folgende Zitat fasst die Grundideen seiner Überlegungen in wenigen Worten gut zusammen:

I have argued for the fundamentally visual nature of tourism experiences. Gazes organise the encounters of visitors with the “other”, providing some sense of competence, pleasure and structure to those experiences. The gaze demarcates an array of pleasurable qualities to be generated within particular times and spaces. It is the gaze that orders and regulates the relationships between the various sensuous experiences while away, identifying what is visually out-of-ordinary, what are the relevant differences and what is “other”. (Urry 2002: 150)

Gaze Stellung zu dieser Kritik. Dabei schreibt er ebenfalls den anderen menschlichen Sinnen eine wichtige Rolle zu, wobei diese aber durch den Blick strukturiert würden (Urry 2002: 145ff.).

³⁸ Mit dieser Bedeutung des Gegensatzes in Bezug auf Sehenswürdigkeiten lassen sich laut Urry sechs mögliche Situationen der Abweichung vom *eigenen* festmachen, auf die geschaut wird: 1. das Sehen eines einzigartigen Objekts, das es sonst nirgends gibt und das berühmt ist, weil es berühmt ist (Bsp.: der Eiffelturm), 2. das Betrachten von Symbolen oder Zeichen, die als typisch für eine Region wahrgenommen werden (Bsp.: ein typisch englisches Dorf), 3. das Anschauen von Dingen, die früher normal waren, heute aber nicht mehr aktuell sind (Bsp.: ein Arbeitermuseum), 4. das Anschauen von alltäglichen, dem eigenen Leben ähnlichen Situationen, in einem völlig anderen Kontext (Bsp.: Alltag im kommunistischen China), 5. das Durchführen von Aktivitäten in einem neuen, ästhetischen Umfeld (Bsp.: schwimmen im schön gelegenen Bergsee), 6. das Anschauen von etwas, das auf den ersten Blick uninteressant wirkt und erst durch seine Beschreibung interessant wird (Bsp.: Mondsteine) (ibid. 12f.).

Neuere Ansätze der Tourismusforschung

In der neueren Literatur tritt Kritik an den früheren Schritten der Tourismusetnologie in den Vordergrund. Sie weist vor allem darauf hin, dass es unzulässig sei, TouristInnen in viel zu starre Kategorien zu pressen und damit gleichsam ihre Motivationen, Auswirkungen auf den Urlaubsort und Einstellungen einfangen zu wollen. Burns bezeichnet es als „Snobismus“, der nicht durch empirische Forschung haltbar sei und eher Ausdruck der weißen, mittelständischen Umgebung des jeweiligen Autors oder der jeweiligen Autorin sei, als ein Abbild des touristischen Verhaltens (2002: 33f.). So ist vor allem der Terminus *Massentourismus* vielfach sehr negativ konnotiert und die wenigsten AutorInnen würden sich selber zu dieser Form des Urlaubers/der UrlauberIn³⁹ zählen. Bruns fordert in diesem Kontext einen kulturrelativistischeren Umgang mit dem Thema, um den ethnologischen Grundsätzen gerecht zu werden. Eine starre Kategorisierung ohne genauere Betrachtung der individuellen Situationen bringe die Forschung nicht weiter (ibid.).

Eine ähnliche Perspektive schlagen Hannam und Knox in ihrem 2010 erschienen Buch *Understanding Tourism. A Critical Introduction* ein, wenn sie in ihrer Einleitung fordern, dass die sozial eingebetteten Phänomene innerhalb des Tourismus nicht mit vereinfachten Modellen dargestellt werden können, sondern dass eine differenzierte Diskussion nötig sei, um das komplexe System zu erfassen. In den verschiedenen Kapiteln ihres Buches versuchen sie, Aspekte des touristischen Lebens zu beleuchten, die sonst oftmals unter den Tisch fallen. So beschäftigen sie sich nicht nur mit dem, was einen Urlaub spektakulär macht, sondern werfen den Blick (sehr überzeugend) auf das Alltägliche und die Verbindung, die zwischen dem Zuhause und dem Urlaubsort besteht (ibid. 90). Die meisten Urlauber werden im Urlaub nicht zu komplett anderen Menschen, sondern gehen Beschäftigungen nach, die auch in ihrem Alltag eine Rolle spielen. So werden zwar Dinge, die als lästige Übel des alltäglichen Lebens gewertet werden, weggelassen – das Hotelpersonal übernimmt beispielsweise das Spülen, Aufräumen und Kochen – andere Dinge werden hingegen exzessiver betrieben. Dabei kann es sich um Sport, Museums- oder Partybesuche handeln. Innerhalb der eigenen spezifischen soziokulturellen Gruppe wird ausgehandelt, was als respektabler Urlaub zu werten ist. Es wird ein gemeinsamer Horizont geschaffen, der den Status und das ‚Mitreden können‘ in der Gruppe beeinflusst. So kann der Urlaub

³⁹ Vergleiche hierzu auch die Artikel des Bandes 23 der *Schriften zur Tourismuskritik* mit dem Titel: *Massentourismus – Ein reizendes Thema* (1994), in denen sich verschiedene deutschsprachige AutorInnen mit dem Begriff der ‚Masse‘ und seiner Bedeutung in Bezug auf Tourismus und touristische Diskurse auseinandersetzen. Der Titel des Beitrags von Pascal Bruckner und Alain Finkielkraut *Ihr seid Beförderungsgut, ich bin Reisender – Vergebliche Versuche der Abgrenzung* bringt die Perspektive des Bandes auf den Punkt.

Teil der Konstruktion des eigenen Lebenslaufes sein, mit dem ich mich nach außen präsentiere und der meine Identität formt – eine Form von kulturellem Kapital (ibid. 93ff.). Vor diesem Hintergrund muss der zweiwöchige Cluburlaub auf Mallorca genauso ernst genommen werden, wie die als Kultururlaub ausgegebene Städtereise nach Prag, die mit großer Wahrscheinlichkeit beide keinen absoluten Bruch mit dem heimischen Verhalten darstellen.

In diesem Kontext spielen meiner Meinung nach auch die gemachten Urlaubsfotos eine große Rolle, die es den Reisenden zuhause ermöglichen, ihren Freunden und Verwandten die ‚Echtheit‘ der Reise zu belegen. Diese werden meist mit Bewunderung und manchmal sogar Neid kommentiert, was dem Urlaub noch mehr Wert verleihen kann. Obwohl Graburn eher das Außergewöhnliche eines Urlaubs betont und Hannam und Knox das Alltägliche, gehen die beiden Betrachtungsweisen meines Erachtens nicht völlig auseinander. Obwohl die Reise im Kontext der alltäglichen Lebenswelt betrachtet werden muss, stellt sie etwas Besonderes, aus dieser Heraustretendes, dar (vgl. auch Urry 2002). Der Urlauber hat nach seiner Reise innerhalb seiner Peergroup einen anderen Status inne.

Hannam und Knox nehmen auf das Konzept der *Banalität* Bezug, um zu erklären, wie mit verschiedenen Urlaubszielen verschiedene stereotype Repräsentationen einhergehen. Sie definieren etwas als *banal*, das, indem es unentwegt reproduziert und weitergegeben wird, ins kollektive Wissen übergeht und nicht mehr hinterfragt wird. In Bezug auf Reisen bedeutet dies, dass der ferne Osten mit Exotik, Australien mit Surfen und Kenia mit Safari und wilden Tieren verbunden wird (ibid. 90; vgl. auch MacCannell's *Sakralisierung von Sehenswürdigkeiten* (1999)). Diese Banalität in den Erwartungen der TouristInnen begünstigt den Vermittlungsprozess des *Safari-Kenias* entscheidend. Mit verschiedenen Arten von Urlaub an verschiedenen Reisezielen verorten sich die Reisenden innerhalb ihrer eigenen Gruppe/Gesellschaft, selbst wenn die restlichen Mitglieder dieser Gruppe das Reiseziel noch nicht besucht haben. Attraktionen an den jeweiligen Orten werden auf diesem banalen Wissen aufbauend erst zu solchen, da durch unsere vorstrukturierten Erwartungen die Aufmerksamkeit erst geweckt wird. So wird etwas Neues und doch vorab Bekanntes gesehen (ibid. 91). Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die beiden Autoren, ein großes Bild zeichnen, das aufzeigt, dass es sich bei der alltäglichen Zeit zuhause und dem daraus heraustretenden Urlaub in der Ferne nicht um zwei voneinander losgelöste Seiten handelt, sondern dass sie im Gegenteil auf komplexe Art und Weise miteinander verwoben sind und einander stark beeinflussen (ibid. 103).

Auch wenn der/die TouristIn in meiner Arbeit das zentrale Subjekt ist, so erweitere ich den Fokus auf die den Urlaub konstituierenden Komponenten der *Safari-Infrastruktur*. Somit erfasse ich nicht nur die Reisemotivationen der TouristInnen, sondern gehe ebenso auf das Erlebte und die steuernden Elemente vor Ort ein. Diese umfassen sowohl die technischen Medien als auch die Infrastruktur in Kenia.

3. Methodik

Um die verschiedenen Bereiche meiner Arbeit miteinander zu verknüpfen, teilte sich die Forschung in zwei empirische Arbeitsprozesse: erstens in eine Medienanalyse, die ich vor aber auch während meines Keniaaufenthaltes durchführte, und zweitens in die Forschung am Naivashasee. Im ersten Teil dieses Kapitels konzentriere ich mich auf die Medienanalyse, um dann im zweiten Teil auf meine Methodik vor Ort einzugehen und darauf aufbauend im vierten Kapitel die Auswertung der Ergebnisse der beiden Arbeitsschritte vorzunehmen.

3.1. Medienanalyse

Als Vorbereitung auf die Feldforschung in Kenia beschäftigte ich mich mit den Inhalten und Techniken verschiedener Medien, da sie einen Einfluss auf die Bilder und Vorstellungen der TouristInnen haben, wodurch sie den Beginn des Vermittlungsprozesses darstellen. Die Medien können Diskurse schaffen, greifen schon bestehende Diskurse auf und tragen zu ihrer Verbreitung bei, womit sie für die Aufrechterhaltung derselben sorgen, aber auch Gegendiskurse aufzeigen können. Es birgt einige Gefahren, von einer reinen Inhaltsanalyse der Medien auf ihre Wirkung auf die RezipientInnen zu schließen, da neben den gängigen Diskursen auch andere externe Faktoren von Bedeutung sind. Einflussfaktoren wie Bildung, Alter, Geschlecht, soziokulturelle Herkunft und die jeweilige Lebenssituation spielen eine große Rolle in Bezug auf das Einordnen der präsentierten Information. Da die MedienmacherInnen jedoch nicht nur auf die Gesellschaft einwirken, sondern ebenso Teil derselben sind, können mit Hilfe der Inhaltsanalyse dennoch gewisse Rückschlüsse auf geläufige Bilder gezogen werden (Poenick 2001: 8). Hinzu kommt, dass ich mit meinen Interviews versucht habe, die Rezipientenseite der Medienanalyse abzudecken.

Ich kann in meiner Arbeit keine bis ins kleinste Detail durchgeführte Analyse aller in Frage kommenden Medien leisten. Ich gebe hier nur einen groben Überblick und werde beispielhaft einzelne zentrale Aspekte aufzeigen. Zwar gibt es immer wieder auch Medien-

produktionen, die aus der gängigen Repräsentationsweise herausfallen,⁴⁰ aber mir geht es hier nicht um diese, meiner Meinung nach, Ausnahmen, sondern ich hoffe vielmehr einen Überblick über häufig verwendete Bilder liefern zu können. Diese Bilder sind mir insofern vertraut, als ich selber Teil der untersuchten Gesellschaft bin und im Alltag aufgrund meiner Studienfächer immer wieder Gespräche über *Afrika* führe. Dies vermittelt mir meines Erachtens schon einen sehr guten Eindruck über Tendenzen des Wissensstandes. Dabei kann ich nicht behaupten, dass meine GesprächspartnerInnen eine heterogene Gruppe darstellen, die die Bevölkerung in Deutschland repräsentativ abbildet. Dennoch haben sie einige Überschneidungsmerkmale mit potenziellen Keniareisenden. Auf diese Merkmale werde ich später noch eingehen.

Geht es bei den Inhalten von Filmen, Büchern oder Internetseiten um Ereignisse oder Tatsachen außerhalb des eigenen Erfahrungshorizontes, so muss der/die Medienschaffende auf bestimmte Techniken zurückgreifen, um das Gezeigte oder Beschriebene glaubhaft zu machen. Die Techniken variieren von Medium zu Medium. Die Medien, die eine Auswirkung auf die Ausbildung verschiedener Bilder über Afrika, oder spezifischer Kenia, innerhalb der deutschen Bevölkerung haben, haben sich seit Beginn des 20. Jahrhunderts stark verändert. Als Medien, die ich einer näheren Betrachtung unterziehe, habe ich, um den historischen Kontext abzudecken, Kolonialromane ausgewählt. Hinsichtlich aktueller Medienproduktionen habe ich mich mit Prospekten sowie Internetseiten von Reiseunternehmen und Hotels in Kenia beschäftigt.

Ich habe den Kolonialroman als das Medium der Kolonialzeit ausgewählt, das ich näher betrachte und untersuche. Meines Erachtens hat die epische Form des Erzählens nicht nur Einfluss auf die Entstehung von Bildern, sondern verknüpft diese auch stark mit Emotionen. Exemplarisch habe ich drei Romane ausgewählt. Die Wahl fiel auf diese drei, da sie zu den bekanntesten Kolonialromanen zählen und noch heute gelesen werden (vgl. dazu auch Steins 1972: 8). Es handelt sich dabei um Tania Blixens⁴¹ *Jenseits von Afrika*, das 2010 das letzte Mal aufgelegt wurde, Ernest Hemingways Roman *Die grünen Hügel Afrikas*, den er basierend auf seinen Safaris im Jahr 1933 schrieb, und Joy Adamsons Buch über ihr Leben mit einer Löwin: *Frei geboren. Das Leben der Löwin Elsa*. Alle drei Exemplare sind die Werke von EuropäerInnen, die selber in Kenia waren. Obwohl sie un-

⁴⁰ Siehe dazu: Poenicke: *Afrika in deutschen Medien und Schulbüchern* von 2001.

⁴¹ Die gebürtige Dänin mit dem vollen Namen Karen Christence von Blixen, geborene Dinesen, schrieb in verschiedenen Sprachen und verwendete unterschiedliche Synonyme für ihre Veröffentlichungen. Im Deutschen erscheinen ihre Bücher unter dem Namen Tania Blixen, in England meist unter dem Synonym, Isak Dinesen.

terschiedlich viel Zeit dort verbrachten, nutzen sie alle dieselbe Technik, um den Leser und die Leserin in Europa (Amerika) vom Wahrheitsgehalt ihrer Erzählungen zu überzeugen: die Betonung des eigenen Erlebens, das in Form des Buches für die RezipientInnen aufbereitet wird. Kein Satz verdeutlicht diese Aussage wohl so deutlich, wie der vielfach zitierte Anfangssatz aus Tania Blixens Roman: „Ich hatte eine Farm in Afrika am Fuß des Ngong-Gebirges.“ (Blixen 2010: 7)

Außerdem habe ich eine ganze Reihe der heutigen Werbebroschüren, Reisekataloge und Internetseiten untersucht.⁴² Mein Fokus lag dabei auf häufig verwendeten Adjektiven und Begriffen. Einbezogen in meine Untersuchung habe ich folgende Afrika spezifische Reisekataloge: *Meier's Weltreisen: Der Spezialist für alles Ferne*, *Horizont: Fernreisen* und *Diamir: Erlebnisreisen*. Ebenso habe ich eine Reihe von Prospekten und Internetseiten analysiert. Die Internetseiten bewerben entweder konkrete Hotels (am Naivashasee) oder aber Reiseunternehmen.⁴³ Neben Worten sind insbesondere Fotos und das Zitieren von ehemaligen BesucherInnen ein beliebtes Mittel, um die Richtigkeit des geschriebenen Wortes zu unterstreichen. Hier kommt sowohl das Potenzial der *Hypermediacy*, als auch die positive Wertung von ‚Wir waren da‘ zum Einsatz. Dies wird durch den folgenden Satz verdeutlicht: „Stolz sind wir auf die begeisterten Erlebnisberichte in unserem Gästebuch und unsere vielen Stammkunden, die nicht mehr von der ‚Faszination Afrikas‘ loskommen.“ (<http://www.karibu-kenia-safaris.de/index.html>)

3.2. Feldforschung am Naivashasee

Um den Forschungsfragen in Kenia selber effektiv nachgehen zu können, quartierte ich mich gemeinsam mit einer Kommilitonin in einem Hostel an der Südseite des Sees ein. Während der gesamten zwei Monate wohnten wir gemeinsam im YMCA Hostel. Wir wählten diesen Ort, da wir so beide in unmittelbarer Nähe zu unseren Forschungsorten wohnen konnten; ein wichtiger Aspekt, wenn es darum geht, möglichst viele detaillierte Eindrücke zu erhalten. An der Moi South Lake Road, die den See entlang verläuft, befinden sich 16 Hotels, Lodges oder Camps der unterschiedlichsten Preiskategorien (um den

⁴² Auch in den letzten Jahrzehnten gibt es europäische AutorInnen, die eine Reihe von Keniaromanen geschrieben haben und die viele LeserInnen in Deutschland, so auch meine Gesprächspartnerinnen, erreicht haben. Auf diese konzentriere ich mich hier nicht, sie tauchen aber immer wieder am Rande auf. Dazu gehören: *Die weiße Massai* von Corinne Hofmann, *Ich träumte von Afrika* von Guki Gallmann, *Mit der Liebe einer Löwin* von Christina Hachfeld-Tapukai und Stefanie Zweigs, *Karibu heißt willkommen* und Francesca Marcianos, *Himmel über Afrika*. Zentrales Thema in vielen der Romane ist die Liebe; die Liebe zum afrikanischen Kontinent genauso wie die Liebe zwischen den Protagonisten, wobei stets mindestens ein Protagonist EuropäerIn ist.

⁴³ Eine Auflistung der Homepages befindet sich vor dem Literaturverzeichnis.

ganzen See herum sind es ca. 30). Nachdem ich mir einen Überblick über die Hotellage am See verschafft hatte, besuchte ich sie alle der Reihe nach, um mich der Hotelleitung vorzustellen, von meinen Plänen zu berichten und die Erlaubnis einzuholen, mich in ihrem Hotel zwecks Interviews mit Gästen aufzuhalten. Die meisten ManagerInnen reagierten sehr zuvorkommend und waren offen für mein Anliegen, so dass ich die Gelegenheit nutzte und mit ihnen ebenfalls Termine für Interviews vereinbarte. Nachdem ich mir so einen ersten Eindruck von den verschiedenen Übernachtungsmöglichkeiten für TouristInnen gemacht hatte, entschied ich mich für vier Hotels. Es handelt sich bei *Fisherman's Camp* und *Camp Carnelley's* um eine niedrigere/mittlere Preisklasse und bei der *Sopa Lodge* und *Sawela Lodge* um eine höhere Preisklasse.⁴⁴ Alle vier Unterkünfte lagen nicht weit von meinem Heim entfernt und so konnte ich sie immer wieder für Interviews oder zur teilnehmenden Beobachtung aufsuchen. In meinem Kontext sah das wie folgt aus: Ich habe mich viel in den Hotels aufgehalten, habe dort an der Bar einen Kaffee getrunken und die Anlagen auf mich wirken lassen. Außerdem führte ich ein Forschungstagebuch, in dem ich auch Beobachtungsprotokolle zu den Abläufen in den Unterkünften anlegte.

Es war mir leider aus verschiedenen Gründen in den zwei Monaten nicht möglich, eine Gruppe von TouristInnen auf ihren Ausflügen beispielsweise in die Nationalparks zu begleiten. Das heißt, ich habe diese touristischen Attraktionen alleine oder mit Freunden aufgesucht und so einen Teil der teilnehmenden Beobachtung auf diese Weise erfüllt. Ich habe die BesucherInnen beobachtet, mit den Angestellten gesprochen und Einträge in den Gästebüchern gelesen. Zu den touristischen Attraktionen rund um den See gehören, der *Hell's Gate Nationalpark*, der *Mount Longonot Nationalpark*, das *Elsamere Conservation Centre* und die Bootanlegestelle bei *Crescent Island*. Dort werden Bootstouren angeboten und es gibt eine unbewirtschaftete Fläche auf der sich immer Zebras, Gnus, Giraffen oder Gazellen befinden, zwischen denen die TouristInnen herumspazieren können. Außerdem habe ich den *Nakuru Nationalpark* besucht, der etwa eineinhalb Autostunden von Naivasha entfernt liegt, um ebenfalls einen etwas größeren Nationalpark zu sehen. Immer wieder habe ich bei den verschiedenen Besuchen versucht, mir die Gegend mit dem Blick einer Touristin und nicht dem einer Wissenschaftlerin anzuschauen, um mich so in die Reisenden hineinzuversetzen.

⁴⁴ Preiskategorien (ungefähre Angaben): Camp Carnelley's: Bungalow für zwei Personen zwischen 6000 und 10000 Ksh pro Nacht. Fisherman's Camp: Bungalow für zwei Personen zwischen 4000 und 8000 Ksh pro Nacht. In beiden Camps kann auch gezeltet werden, was günstiger ist. Sopa Lodge: Doppelzimmer in der Hochsaison 347 US\$ pro Nacht. Der Wechselkurs stand zur Zeit des Forschungsaufenthalts bei 1 Ksh = 0,0089 €.

Interviewsituationen

Es gab zwei Personengruppen, mit denen ich Interviews geführt habe: erstens mit TouristInnen und zweitens mit Angestellten, die im Bereich Tourismus oder an der Schnittstelle zwischen Umweltschutz und Tourismus arbeiten. Mit beiden Gruppen habe ich sowohl Einzelinterviews geführt, als auch Fokusgruppendifkussionen (FGD).

Innerhalb der Tourismusforschung wird zwischen verschiedenen Formen des Reisens unterschieden. Dies ist auch im Kontext meiner Arbeit wichtig. Neben einer, im Verhältnis geringen Anzahl, meist junger Leute, die nur mit einem Rucksack bepackt und öffentliche Verkehrsmittel nutzend durch Kenia reisen, und Urlaubern, die die komplette Zeit ihres Urlaubs in einem der Hotels an der Küste verbringen, reist eine große Zahl von TouristInnen als TeilnehmerInnen einer organisierten Safari durch das Land. Bezüglich der Auswahl meiner GesprächspartnerInnen war die Teilnahme an einer organisierten Bussafari das ausschlaggebende Kriterium. Insgesamt habe ich Gespräche mit 25 TouristInnen aus Europa geführt. Darunter waren dreizehn Deutsche, sieben Briten, zwei Schweden, zwei Niederländerinnen und eine Schweizerin. Zu Beginn habe ich mich nicht auf eine Nationalität festgelegt, sondern einfach diejenigen befragt, die ich antreffen konnte. Da die Interviews aber in Bezug auf historische Bilder in einen Kontext gesetzt werden sollen und diese Bilder durchaus auch innerhalb der europäischen Nationen variieren (vgl. Steins 1972), habe ich mich letztendlich bei der Analyse nur auf die Antworten meiner deutschen GesprächspartnerInnen konzentriert. Ich hatte mich von Beginn an für semistrukturierte Interviews entschieden, um zwar einen Leitfaden im Kopf zu haben, meinen GesprächspartnerInnen aber gleichzeitig möglichst viel Raum für eigene Ideen zu geben (vgl. hierzu Bernad (2000: 189-219) und Diekmann (2010: 531-574)). Das heißt, ich hatte die Fragen nicht auf Papier bei mir, um dem Interview so möglichst den Charakter eines entspannten Gesprächs zu geben und keine reine Frage-Antwort-Situation entstehen zu lassen. Die Interviews fanden alle in einem der genannten Hotels statt und verliefen größtenteils sehr entspannt. Ich war sehr erstaunt darüber, wie offen und bereitwillig sich die UrlauberInnen für Interviews zur Verfügung stellten. Da ich die Gespräche in einigen Fällen auf deutsch und sonst auf englisch führen konnte, brauchte ich keine/n ÜbersetzerIn. Ich hielt mich also einfach in den Bars oder am Pool der Hotels auf und ging dann auf die Gäste zu, so dass die Gespräche im Liegestuhl oder nach dem Essen an der Bar stattfanden. Die Atmosphäre war sehr gelöst, alle meine GesprächspartnerInnen genossen augenscheinlich ihren Urlaub, und diese Zufriedenheit machte sie zu umgänglichen InformantInnen. Dabei verliefen die Gesprä-

che nicht alle gleich. Es gab einige, die schon nach 15 Minuten zu Ende waren, wobei andere über eine Stunde dauerten. Ungefähr die Hälfte der Interviews habe ich mit einem Aufnahmegerät aufgenommen, die anderen habe ich danach aus dem Kopf protokolliert.

Was meiner Meinung nach ebenfalls zum guten Gelingen der Gespräche beigetragen hat, war die Rolle, die mir zugesprochen wurde. Zwar konnten nicht alle GesprächspartnerInnen etwas mit dem Fach Ethnologie anfangen, so aber mit dem Verfassen von Abschlussarbeiten an der Universität. Zudem wurde ich unabhängig von meiner Nationalität als dazugehörend aufgenommen. Das Credo war: ‚Wir weiße Europäer hier bei den schwarzen Afrikanern‘. Diese Tatsache zeigte sich immer wieder durch Aussagen wie: ‚For us Europeans, it is stupid – all this garbage.‘ Zudem wurde ein gemeinsames Vorverständnis in Bezug auf Afrika angenommen. Dieses Einbeziehen von mir in die Gruppe öffnete mir zwar Türen, hatte aber in Bezug auf die Interviewsituation auch negative Effekte. Mehrmals hörte ich den Satz: ‚Du weißt schon, was man halt so im Fernsehen sieht.‘ Dies verlangte von mir genaueres Nachfragen, um zu erfahren, was genau gemeint war.

Mehrmals habe ich mit kleineren Gruppen von TouristInnen gemeinsam gesprochen. Diese oftmals spontanen Fokusgruppendifkussionen entwickelten sich alle sehr positiv. Da die GesprächsteilnehmerInnen erstaunlich viel Interesse an dem Thema Urlaub und dem Erzählen ihrer Erfahrungen hatten, entwickelten sich spannende Diskussionen. Auch mir wurden immer wieder Fragen gestellt, sowohl über meine Meinung als auch zu meinem Studium.

Zu den InterviewpartnerInnen, die ich der zweiten Gruppe zurechne, zählen die lokalen Guides (insgesamt elf ausschließlich junge Männer) und neun GesprächspartnerInnen aus dem Bereich Tourismus und Umweltschutz. Die Gespräche mit dem zweiten Personenkreis haben in den Büros der GesprächspartnerInnen stattgefunden und erstere meist in lokalen Bars oder auch in den Hotels. Es gibt eine Reihe von lokalen Guides, die von den Reisegruppenleitern zusätzlich zu den Guides, die mit den Reisenden in den Bussen unterwegs sind, als Experten für die jeweilige Gegend herangezogen werden. Die meist jungen Männer wohnen in den Siedlungen nahe den Hotels und haben teilweise eine Ausbildung vom *Kenya Wildlife Service Training Institute* (KWSTI), das in Naivashastadt angesiedelt ist. Dort werden sowohl eine zweijährige Ausbildung, als auch eine Ausbildung innerhalb weniger Monate angeboten. Andere arbeiten im Moment ohne amtliche Ausbildung, da die

Kosten für lokale Verhältnisse relativ hoch sind.⁴⁵ Ich habe einige Einzelgespräche geführt. Besonders aufschlussreich war jedoch eine Fokusgruppendifkussion, die ich mit sechs Guides gemeinsam durchgeführt habe. Diese sechs gehören alle einer kleinen Vereinigung von Guides an, die sich zusammen geschlossen haben, um sich gegenseitig zu unterstützen und gegebenenfalls zusammen zu arbeiten: *Lake Naivasha Tour Guide Association*. Sie arbeiten noch an einer Homepage, um so persönlich im Internet effektiver von TouristInnen wahrgenommen zu werden. Die Guides haben sich bereitwillig Zeit für ein Gespräch mit mir genommen. Hinzu kamen drei Gespräche mit Hotelmanagern. In den Gesprächen ging es insbesondere darum herauszufinden, was Kenia, der Meinung der Guides und Manager nach, für TouristInnen so interessant macht. Ich fragte sie, was die Touristen ihrer Erfahrung nach sehen wollen und was die Guides ihnen zeigen, wie die Touristen auf bestimmte Dinge reagieren und was sie für Fragen stellen.

Zudem habe ich Gespräche mit insgesamt fünf MitarbeiterInnen des *Kenya Wildlife Services* (KWS, zentrale Behörde, der unter anderem die Verantwortung der Nationalparks unterliegt), geführt, wobei drei im *Hell's Gate Nationalpark* und zwei bei *KWS Community*⁴⁶ arbeiten. Hinzu kamen Interviews mit dem Vorsitzenden der Organisation *Nakuru Wildlife Conservation*, die kleinen Gemeinden beim Aufbau touristischer Strukturen unterstützt, um dadurch den Umweltschutz neben der Etablierung von Einkommensmöglichkeiten für die Bevölkerung zu fördern, und ein Interview mit einem Angestellten einer solchen *community based tourism initiative*⁴⁷, der *Mt. Longonot Adventures*. Auch hier habe ich einige Gespräche mit dem Tonbandgerät aufgenommen und andere später protokolliert. In den Gesprächen ging es darum, einen Überblick über die Verquickung von Umweltschutz und Tourismus zu bekommen. Außerdem war es mir wichtig herauszufinden, wie meine

⁴⁵ Seit 1985 werden an diesem Trainingsinstitut KWS interne Kräfte ausgebildet. In den letzten Jahren ist das Angebot der Kurse erweitert worden, so dass seit einiger Zeit auch Trainings für Touristenguides angeboten werden.

⁴⁶ Abteilung zur Lösung von Konflikten zwischen Menschen und Wildtieren.

⁴⁷ Diese *community-based organization* (CBO) wurde 2006 mit Unterstützung von KWS gegründet. Sie ist ebenso mit anderen Organisationen verknüpft und Mitglied von *Ecotourism Kenya*. "Ecotourism Kenya, formerly known as Ecotourism Society of Kenya, is a civil society organization that was established in 1996 to promote ecotourism. Founded with enormous support from the tourist industry in Kenya, it is the industry association charged with the responsibility of ensuring that Kenya's tourism is sustainable, both in terms of concern for the environment and the welfare of local communities. As a membership organization, Ecotourism Kenya brings together individuals, Community Based Organizations (CBOs) and tourism businesses in a forum where they learn more about ecotourism and use the knowledge to improve their operations towards best practices." (Eco Tourism Kenya, Infobroschüre 2011: Who is Ecotourism Kenya?). Im Interview vom 29.03.2011 zeigte mein Gesprächspartner sowohl Erfolge als auch Probleme der noch jungen Organisation auf.

GesprächspartnerInnen die Verbindung, Bedeutung und Wertung des Tourismussektors am Naivashasee darstellen.

Auf dem Gelände unserer Unterkunft habe ich eine Reiseleiterin kennengelernt, mit der ich gemeinsam für einen Tag zur jährlich stattfindenden Tourismusmesse in Nairobi gefahren bin.⁴⁸ Dort habe ich mir die Stände der einzelnen Hotels und Reiseanbieter und ihre Präsentation angeschaut und Gespräche geführt. Dieser Tag hat mir einen guten Einblick über die gängigen Vermarktungsstrategien der Branche gegeben.

4. Safari-Kenia

Zu Beginn des folgenden Kapitels werde ich die Ergebnisse der Medienanalyse präsentieren. Ab Kapitel 4.2. wird es darum gehen, die unterschiedlichen theoretischen Ideen auf meine Forschungsergebnisse aus Naivasha anzuwenden. Dabei werde ich chronologisch vorgehen und zunächst die Bilder der Reisenden, mit denen sie ihre Reise angetreten haben, darlegen. Eingeleitet durch einige Fakten, die den Safariurlaub in Kenia umreißen, werde ich anschließend in einem weiteren Schritt analysieren, wie die Reiseerfahrung als in den komplexen Vermittlungsprozess eingereiht betrachtet werden kann. Unter 4.5. werde ich schließlich auf die spezifische Situation am Naivashasee eingehen.

4.1. Kolonialromane, Werbebroschüren, Reisekataloge und Internet-auftritte – eine Zusammenfassung der Ergebnisse

Zu Anfang des letzten Jahrhunderts waren nur wenige BürgerInnen selber in der Lage eine lange Reise in ferne Länder anzutreten. Der Großteil der Bevölkerung war daher auf die Erzählungen und Informationen einiger weniger Reisender angewiesen, um sich eine eigene Meinung zu bilden. Während der Kolonialzeit brachten vor allem Postkarten, Sammelbildchen, Kolonial- oder Reiseberichte und Kolonialromane⁴⁹ Informationen über Afrika nach Europa. Welche Bilder vermittelten die AutorInnen der Kolonialromane von Kenia?

Tania Blixens Werk wurde das erste Mal 1937 veröffentlicht.⁵⁰ Damals hatte sie, nachdem sie von 1913 bis 1931 in der Nähe von Nairobi gelebt hatte, Kenia schon wieder verlassen. In ihrem Buch beschreibt sie in vielen kleinen Anekdoten ihr Leben auf der Farm. Immer wieder taucht Kritik am kolonialen System der Briten in Ostafrika auf. Dabei war

⁴⁸ "Tourism Fair, with Kenya Tourist Board. 23-27 March 2011". <http://www.magicalKenya.com>.

⁴⁹ Kolonialromane bezeichnen in dieser Arbeit Romane, die während der Kolonialzeit von Europäern geschrieben wurden und die die Geschichte der Protagonisten vor dem Hintergrund des Leben oder der Lage in den Kolonien erzählen. Die AutorInnen hatten meist, jedoch nicht immer, eine der Kolonien besucht.

⁵⁰ Originalausgabe: Isak Dinesen 1937. *Out of Africa*, London: Putnam.

Blixen selber als Großgrundbesitzerin, die eine Kaffeefarm führte, ein wichtiger Bestandteil in diesem System. Sie beschreibt in ihrem Buch ein Kenia, das sie liebt, das sich ihr aber nie ganz offenbart (Draesner 2010: 410f.).

Einer der Gründe, warum ihr Buch auch heute noch so bekannt ist, ist der, dass es 1985 als US-amerikanische Produktion verfilmt wurde und daraufhin mehrere Oskars gewann. Der Film orientiert sich zwar am Buch (und an weiteren Werken der Autorin), aber sein Fokus liegt nicht auf dem ‚einfachen‘ erzählen des Farmlebens, sondern im Mittelpunkt steht die Liebesbeziehung zwischen Tania Blixen und Denys Finch Hatton (einem britischen, adeligen Großwildjäger). Diese Tatsache hat zur Folge, dass viele der Landschaftsbeschreibungen Blixens durch den Film in ein sehr romantisches Licht gerückt werden und die Atmosphäre erzeugen, die als sogenanntes *out of Africa feeling* Einzug in den Sprachgebrauch und die Erwartungen bezüglich Kenia gefunden hat. Dazu gehören *afrikanische* Sonnenuntergänge, Spaziergänge unter dem weiten Himmel und Safaris in die Wildnis, während denen die ProtagonistInnen in stattlichen Zelten wohnen und ihre Mahlzeiten (von den Bediensteten zubereitet) auf einem kleinen Tisch mitten im Grünen einnehmen; Ereignisse, die durch die Beschreibung emotional aufgeladen werden. In ihrem Buch beschreibt Blixen in langen, poetischen Passagen die Landschaft Kenias (es beginnt schon mit einer dreiseitigen Landschaftsbeschreibung), in der sie sich in ihrem stattlichen Farmhaus, welches mit dänischem Kulturgut ausgestattet ist, niedergelassen hat. Sie ist mitsamt ihrem Porzellan, der Kuckucksuhr und ihren Büchern angereist.

Inmitten der wilden Landschaft nimmt sich ein ebenmäßiges und bepflanztes Stück Land gut aus. Später, als ich über Afrika flog und meine Farm aus der Luft kennenlernte, erfüllte mich der Anblick meiner eigenen Plantage, die so ordentlich und frisch grün da lag, umgeben von Wildnis, Steppe und Urwald, immer wieder mit Bewunderung, [...]. (Blixen 2010: 11)

Immer wieder gibt es Textstellen, die die Einwohner Kenias, die sie klar nach Ethnien unterscheidet, genau beschrieben werden. Unter ihnen taucht auch der *Edle Wilde* auf.⁵¹ Obwohl sie ‚ihren‘ Kenianern (ibid. 25, 333) viele Fähigkeiten zuspricht, die sie selber als Europäerin nicht besitzt, werden diese in Form der bekannten sozialevolutionistischen

⁵¹ „In diese Landschaft brachten wir Weißen, mit unseren Stiefeln und fast immer in Eile, ständig einen schrillen Misston. Die Eingeborenen waren mit ihr im Einklang, und wenn ihre hohen, schmalen, dunklen und dunkeläugigen Gestalten sie durchwanderten – stets einzeln nacheinander, so dass sogar ihre wichtigen Verkehrsadern nur wie schmale Fußpfade aussahen – oder wenn sie den Boden bearbeiteten, ihre Kühe hüteten oder ihre großen Tänze tanzten und mir eine Geschichte erzählten, dann war es Afrika selbst, das da wanderte, lachte, seine Herden zählte, tanzte und von alten Tagen berichtete.“ (ibid. 26).

Muster aufgeführt. Ein Beispiel dafür bietet die von ihr beschriebene Nähe der Kenianer zu Natur.

Kein zahmes Tier kann sich so vollkommen still verhalten wie ein wildes. Wir zivilisierten Völker haben diese Begabung eingebüßt und müssen uns von der Wildnis im Schweigen unterrichten lassen, bevor sie bereit ist, uns in sich aufzunehmen [...]. Hat man während der Jagd den Rhythmus Afrikas in sich aufgenommen, dann erkennt man, dass er in jeder Form des Lebens hier draußen wiederkehrt. Was ich vom Wild gelernt hatte, konnte ich im Umgang mit den Eingeborenen anwenden. (ibid. 20)

Durch die gesamten Erzählungen zieht sich das Gefühl von Freiheit (die Blixen oftmals in Kombination mit Landschaftsbeschreibungen umschreibt) und einer Faszination, die das Land und die Leute um sie herum auslösten, obwohl ihr vieles fremd blieb (ibid. 8, 22, 332 etc.). Obwohl sie in ihrem Buch selbstverständlich viel über Kenia spricht, wird der Begriff *Afrika* oft synonym verwendet, wie auch die obenstehenden Zitate vorführen. Eine Gleichstellung, die auch Hemingways Titel suggeriert.

Es ist davon auszugehen, dass Ernest Hemingways Buch *Die grünen Hügel Afrikas*⁵² vor allem aufgrund der Popularität des Autors so bekannt geworden ist. Er berichtet in diesem Roman über seine Zeit auf Jagdsafari in Ostafrika. Die erste Safari – auf der auch das Werk basiert – unternahm er für drei Monate im Jahre 1933. Viele Seiten verwendet er darauf, seine Gefühle und sein Vorgehen während der Jagd zu beschreiben. Die Landschaft und die Tiere stehen im Mittelpunkt seiner Beschreibung. Menschen kommen vor allem als Teilnehmer der Safari, als Diener, (Gewehr-)Träger, Fährtenleser oder Fahrer vor. Eine politische oder historische Einbettung findet nicht statt. Eine Hungersnot, die ein Problem für die Bevölkerung darstellt, wird mehrmals, jedoch nur ganz beiläufig, erwähnt (Hemingway 1964: 9, 91-92). Über einen Kontakt zur Bevölkerung geben nur wenige Stellen Auskunft. Beispielsweise unternimmt er mit ein paar Begleitern eine Reise in ein weiter abgelegenes Gebiet. Hier beschreibt er die Landschaft als unberührt, nur um wenige Seiten später von den dort lebenden Massai zu berichten.

„Wissen Sie, wie mir das hier vorkommt?“ sagte ich. „Es ist genau wie damals, als wir Kinder waren und von einem Fluß hörten, in dem noch nie jemand gefischt hatte [...].“ (ibid. 126)

Und dann einige Seiten weiter:

Dies war jungfräuliches Land, eine von Jagd unberührte Enklave inmitten der Millionen Meilen blutigen Afrikas. [...] Dies war die schönste Gegend, die ich gesehen hatte, aber wir fuhren weiter, schlängelten uns zwischen hohen Bäu-

⁵² Originalausgabe: 1936. *Green Hills of Africa*, New York: Charles Scribner's Sons.

men hindurch, über das sanft wellige Gras. Dann sahen wir es vor uns zur Rechten die hohe Umzäunung eines Massaidorfs. (ibid. 130)

Die *Jungfräulichkeit* der Landschaft ist für ihn von der Anwesenheit der Kenianer getrennt. Die auf den folgenden Seiten beschriebenen Massai erfüllen voll und ganz das Bild des *Edlen Wilden*. Sie seien noch nicht durch die Anwesenheit der SiedlerInnen verdorben worden. Er beschreibt ihre Schönheit und ihre Anmut, die er im Gegensatz zu weißen EuropäerInnen und ebenso zu den mit Weißen zusammenarbeitenden KenianerInnen aufbaut (ibid. 130ff.).

Sie waren alle sehr groß; ihre Zähne waren weiß und gesund, und ihr Haar war rotbraun gefärbt und in zusammengedrehten Büscheln in die Stirn frisiert. Sie trugen Speere und sahen sehr gut aus und waren äußerst vergnügt, nicht stur und hochmütig wie die Massai im Norden [...]. (ibid. 130)

Joy Adamson, gebürtige Ungarin, lebte von 1937 bis zu ihrem Tod 1980 in Kenia. Einige Jahre verbrachte sie am Naivashasee. Dort kann ihr Haus, das zum Museum umgebaut wurde und Sitz der *Elsamere Trust Foundation* ist, noch heute besucht werden. Ihr Bestseller *Frei Geboren*⁵³ handelt hauptsächlich von der Natur und der Löwin Elsa. So wird beschrieben, wie das Löwenjunge Elsa bei dem Ehepaar Adamson aufwächst und sie eine innige Beziehung aufbauen, die auch dann noch bestehen bleibt, als Elsa erfolgreich ausgewildert wird. Joys Mann, in Indien als Sohn britischer Einwanderer geboren, lebte und arbeitete seit 1938 im *Kenyan Game Department*. In ihrem Roman ziehen sie gemeinsam durch die kenianischen Landschaften. Andere Menschen tauchen meist nur in Form von Dienern im näheren Umfeld auf und, bezogen auf ganz Kenia, nur in Form von Wilderern oder Kunstobjekten, die von Joy gemalt werden (Adamson 2002: 38, 54-55, 63, 88). Seitenlang wird dem Leser vermittelt, das Ehepaar sei alleine mit dem Löwen unterwegs, bis nach und nach klar wird, dass eine ganze Gruppe von Angestellten mit ihnen reist (ibid. 75-99). Auch hier taucht der historische Kontext nur am Rande auf und das koloniale System wird nicht angesprochen, obwohl es stets präsent ist, wenn es um die Landaufteilung oder das Erteilen von Genehmigungen geht (beispielsweise die Genehmigung einer Rodung zur Anlage eines Rollfeldes für Flugzeuge in einem für die Auswilderung Elsas interessanten Gebiet (ibid. 317)). Die Landschaft Kenias als Ort der wilden Tiere wird, abgesehen von den Protagonisten und den häufig erwähnten Wilderern, als menschenleer beschrieben (ibid. 49-50). Nur am Rande werden Dörfer und Siedlungen erwähnt (ibid. 132). Joy und Georges Leben ist nicht nur in diesem Buch festgehalten. Es wurde verfilmt

⁵³ Originalausgabe: 1966. *The Story of Elsa*, London: Collins and Harvill Press.

(USA: 1966) und ist immer noch in Elsamere für nachfolgende Generationen in Form von Fotos und anderen Materialien im Haus zugänglich.⁵⁴

In allen drei Romanen, so unterschiedlich sie auch sein mögen, tauchen ähnliche Motive auf. In blumigen Worten werden die afrikanische Landschaft, die Weite und Unberührtheit umschrieben und das Konstrukt des *Safari-Kenias* findet seinen Anfang. Unbedingt ist hier anzumerken, dass sich die Bilder über Kenia, die in der Kolonialzeit geprägt wurden, nicht unverändert bis heute erhalten haben. Neben dem gesellschaftlichen Rahmen hat sich auch der Sprachgebrauch verändert, das Wort ‚Neger‘ beispielsweise ist im Deutschen heute klar negativ konnotiert und wird von vielen Menschen abgelehnt. Dennoch denke ich, dass die kolonialen und heutigen Bilder eine gemeinsame strukturelle Basis haben, die sich vor allem im praktizierten Verhältnis der beiden Kontinente zueinander widerspiegelt (damals kolonialisierende und kolonialisierte Länder, heute Geber- und Nehmerländer) und gleichsam in ideellen Perspektiven wiederfindet. Dazu gehört unter anderem auch die in dieser Arbeit beschriebene Gegenüberstellung von Natur und Kultur.

Wie wird Kenia nun in den heutigen Medien der Reiseindustrie dargestellt?

Oft wird auf die oben beschriebene Literatur Bezug genommen, beispielsweise in Form der Bezeichnung einer Hotelkette: *The Out of Africa Collection*, die unter anderem Werbung für das *Karen Blixen Camp* in der Massai Mara macht, oder aber das *Camp Finch Hattons*, auf dessen Werbebroschüre ein Portrait von Abdullahi, Hattons Diener, abgebildet ist, das von Tania Blixen gemalt wurde. *Meier's Weltreisen* wirbt mit Sprüchen wie „Auf dieser Safari erleben sie auch heute noch das geheimnisvolle Afrika Hemingways“ (Winter 2010/2011: 234). Viele der genannten Medien zielen somit inhaltlich auf die Bilder, die schon während der Kolonialzeit geprägt wurden. Diese Bilder, wie beispielsweise die menschenleere Landschaft, werden einmal durch die Verknüpfung zu den Romanen offen angesprochen, andere werden nur indirekt aufgegriffen. Zentral in der Werbung ist das Versprechen einer bestimmten Atmosphäre. So sagt ein Werbespruch der *Wilderness Lodges*, die an mehreren Orten in Kenia Standorte haben und auch auf der Tourismusmesse in Nairobi vertreten waren: „Enter the heart of the wild, where the horizon is endless and you'll never want to leave.“ Oder folgende Aussprüche auf den Seiten von *Kenia Spezialisten Reisekontor Schmidt*:

⁵⁴ Heute ist das Haus der Hauptsitz der *Elsamere Trust Foundation*, die in Anlehnung an George und Joys Arbeit im Umweltschutz arbeitet. Der Ort ist sowohl Anlaufstelle für TouristInnen als auch ein Trainingscenter, das Umwelterziehung für Schulklassen und Lehrpersonal anbietet. Schon zu Lebzeiten gründeten die beiden die Stiftung. Besonders George war an der Schaffung einiger Nationalparks beteiligt, so auch dem Hell's Gate Nationalpark.

„Genießen Sie Kenia!“ Die Tierwelt beobachten, einmalige Sonnenuntergänge erleben, die Gastfreundschaft der kenianischen Bevölkerung erfahren und nicht zuletzt: einzigartige Glücksmomente erleben, Freiheit spüren, so als wäre man ein Stück Afrika selbst! (www.keniaferien.de/dasKeniaSpezialistenTeam/)

Wer einmal in den Weiten der afrikanischen Savannen unterwegs war, kehrt als ein anderer Mensch zurück. [...] Wer nicht auf Safari war, verpasst etwas Wunderbares! Freie, unberührte Tierparadiese voller intensiver Eindrücke und Abenteuer. (<http://www.keniaferien.de/safari/index.php5>)

Auch wenn darauf hingewiesen wird, dass die Kolonialzeit lange zurückliegt, wird dieser Umstand nur selten länger erörtert. Sehr schön verdeutlicht wird dies durch folgenden Satz aus dem Katalog *Meier's Weltreisen*:

Afrika pur. „Die Luft des afrikanischen Hochlandes stieg mir zu Kopfe wie Wein, ich war immer leicht betrunken“ schwärmt Karen Blixen in „Jenseits von Afrika“ über ihre Zeit in Kenia. Zwischen dem Kenia der Kolonialzeit und heute liegen Jahrzehnte, die Begeisterung für die Schönheit Ostafrikas ist indes geblieben. Erleben sie einige der letzten Tierparadiese dieser Welt. (Winter 2010/2011: 231)

Immer wieder wird unkritisch mit Urlaub im Kolonialstil geworben. „Auf den Spuren von Karen Blixen [...] Alles gepaart mit Unterkünften ganz im Stil des alten kolonialen Kenya“ (Horizont 2011: 232). Ebenso wird mit einem Sundowner (Getränk bei Sonnenuntergang) unter afrikanischem Himmel, unberührter Natur und menschenleerer Wildnis und einem Gefühl von Freiheit geworben – alles zusammen soll das *out of Africa feeling* ausmachen (Meier's 2011: 241). So wird Kenia mit Sprüchen wie „Kenya – East Africa. Refreshing African Hospitality“ (Werbebroschüre der Sarova Hotels), oder „Lodges und Zeltcamps mit besonderem afrikanischen Charme“ (Meier's 2011: 237) als das Afrika schlechthin präsentiert.

From the top of the hill there is a 360 degree view across the Lake from Longonot to Hell's Gate to the Mau Escarpement to Eburu and onto the Aberdares. Walking along the ridge in the golden hour before sunset whilst watching the animals grazing with the water shimmering beyond, is what Africa is all about. (<http://www.crescentisland.co/>)

Auch wenn heute an einigen Stellen darauf verwiesen wird, dass Kenias Metropole Nairobi vieles zu bieten hat, was auch eine europäische Großstadt im Repertoire hat, und die Blumenindustrie und andere Agrarsektoren genannt werden, so überwiegen doch weiterhin diejenigen Begriffe wie *Natürlichkeit, Wildnis, romantische Atmosphäre, unberührte Natur, big five, Sundowner, faszinierendes Afrika, traumhafter Sonnenuntergang, einmaliges Erlebnis* oder *Paradies* und preisen damit das einmalige Erleben der Natur direkt vor der

luxuriösen, aber im Einklang mit der Natur gebauten, Hotelanlage an. Häufig wird zudem Bezug auf die ostafrikanische Gastfreundlichkeit genommen.

Mit Blick auf den Naivashasee werden in vielen Publikationen die ‚Blumenfarmen‘ erwähnt. Dabei handelt es sich jedoch um einen eher romantischen Begriff, bei dem positive Konnotationen geweckt werden, vor allem dann, wenn kein Vorwissen über die realen Produktionsvorgänge, inklusive extensiven Chemikalieneinsatz, Wasserverschmutzung und Arbeitsbedingungen vorhanden ist. Fotos der Gewächshäuser tauchen nicht auf. Stattdessen werden Tiere, Sonnenuntergänge hinter Akazien, Massai und die Hotelanlage auf den Fotos gezeigt (Meier's 2011: 234). Dabei unterscheiden sich die Fotos und auch die Werbesprüche nicht sonderlich in den einzelnen Medien.⁵⁵ Die Preise der Hotels variieren allgemein aber auch am Naivashasee stark und generalisierend lässt sich sagen, dass die Preise zunehmen, je mehr *Natürlichkeit* in Form von offensichtlichen Naturmaterialien wie Holz, Bambus und Papyrus verwendet wird, und je detaillierter die Dekoration mit Speeren, Masken und Schildern aber auch schönen Teeservicen und Büchern innerhalb der Hotelanlage ist. Hier wird Luxus pur geboten; ein Kenia, welches für diejenigen, die es sich leisten können, exquisit und nach ihren Afrikabildern hergerichtet ist. Dies ist das Kenia, das ich in dieser Arbeit *Safari-Kenia* nenne. Allgemein lässt sich sagen, dass dem/der potenziellen BesucherIn ein Traumurlaub in Afrika versprochen wird.

4.2. Kenia in den Köpfen der Safari-TouristInnen – verschiedene Narrative

Im ersten Teil der Gespräche mit den TouristInnen lag mein Fokus auf der Reflexion der TouristInnen in Bezug auf ihre Einstellungen und Vorstellungen vor der Reise.⁵⁶ Dabei wurden Bilder und Stereotype genannt, die sich vielfach größeren Narrativen zuordnen lassen, die bezüglich der Afrika-Konstruktion in der deutschen Öffentlichkeit vorherrschen. Zu diesen Narrativen gehören Annahmen wie:

1. Afrika ist ein relativ homogener Kontinent.
2. Die Welt ist in entwickelte und unterentwickelte Länder aufgeteilt.
3. Eine Reise nach Kenia birgt verschiedene Gefahren.
4. Afrika ist ein sehr natürlicher Kontinent.

⁵⁵ Ein anderes Bild wird vom Urlaub an der kenianischen Küste gezeichnet, was aber nicht Gegenstand dieser Arbeit ist.

⁵⁶ Besser wäre es gewesen, mit Menschen zu sprechen, die ihre Reise schon geplant, aber noch nicht angebrochen haben, aber das war mir leider im Rahmen der Forschung nicht möglich. Ich thematisierte jedoch mit meinen GesprächspartnerInnen die noch kommenden Reiseziele.

Wenn es um Kenia als Urlaubsland geht, ist besonders der letzte Punkt von Bedeutung. Denn er stellt nicht nur einen gewichtigen Grund für Kenia als Urlaubsland dar, sondern vielfach ebenso den Rahmen bzw. den Ausgangspunkt für andere Überlegungen. Diese spielen bei der gedanklichen Reflexion des eigenen Urlaubs und hinsichtlich seiner Gestaltung eine Rolle. Dabei sind die Bilder über Kenia alle recht unterschiedlich und passen nur in mancherlei Beziehung zusammen. Je nach Kontext haben sie unterschiedliches Gewicht. Gemeinsam ergeben sie eine Vorstellung davon, wie meine InterviewpartnerInnen über Kenia denken.

Bevor ich mich nun den einzelnen Punkten und ihren Verbindungen zueinander detaillierter zuwende, ist ein kleiner Exkurs nötig. Ich möchte, um nicht den Fehler der unzulänglichen Verallgemeinerung zu machen, betonen, dass der Grad der Akzeptanz der vorhandenen Bilder und Stereotype stark von der allgemeinen Reflexionsbereitschaft abhängt, die die jeweilige Person auch bei anderen Themen zeigt. Der Urlaub ändert wahrscheinlich nicht die grundlegenden Charakteristika der ReiseteilnehmerInnen. Es wird Neues erlebt, jedoch die meiste Zeit im geschützten und relativ vertrauten Raum der Urlaubsortlichkeiten (Bus, Hotels, Bars etc., die mit gewohnten Standards ausgestattet sind). Dadurch wirkt es sich meist nur marginal auf die eigenen Einstellungen aus (Hannam und Knox 2010: Kapitel 6). Ohne Persönlichkeitsstudien mit einbezogen zu haben, fielen im Gespräch große Variationen im Umgang mit den eigenen Stereotypen und Bildern auf. Sehr reflektiert schilderte mir Maria ihre Vorstellungen vor dieser, ihrer ersten, Afrikareise: „[...] Wie ich mir vorgestellt habe, ich sitze jetzt in Kenia, dann habe ich mir, glaub ich, immer so vorgestellt, ich sitze unter so ner Schirmakazie. [alle anderen GesprächsteilnehmerInnen lachen] [...] Am Wasserloch, ja so ungefähr. Und dann kommen von allen Seiten die Tiere. Also völlig beknackt eigentlich [...] Und mir war es eigentlich auch schon klar, dass es übertrieben ist, aber es war irgendwie so ein Bild, was ich hatte, so aus Filmen natürlich, ist klar ne.“⁵⁷ Andere hingegen äußerten ganz ohne Vorbehalte ihre Afrikavorstellungen. So sagte Peter im Brustton der Überzeugung über afrikanische Dörfer: „[...] wie die mal gelebt haben in diesen Dörfern, die mehr oder weniger immer im Kreis aufgebaut worden sind, mit eh so nem Holzzaun drum herum [...]“⁵⁸ Aber auch wenn die eigenen Vorstellungen als Stereotype und die Darstellungen der Prospekte etc. als zu einseitig erkannt

⁵⁷ FGD vom 12. Februar mit vier Personen im Camp Carnelley's. Im Folgenden nenne ich bei der Erstnennung meiner GesprächspartnerInnen einmalig Ort und Zeit des Interviews. Alle folgenden Äußerungen meiner InterviewpartnerInnen beziehen sich auf diese Angaben. Alle Namen sind fiktiv.

⁵⁸ Einzelinterview vom 12. Februar im Camp Carnelley's.

werden, ist es für die Reisenden ohne entsprechende Bildung oder Kenntnisse schwer, das Gesehene in andere Kontexte einzubetten. Es wird dabei immer auf bekannte und vertraute Erklärundsmuster bzw. Diskurse zurückgegriffen (vgl. Norton⁵⁹ 1996: 369).

Wie zeigt sich nun, dass Kenia oft als Prototyp für das ganze (vermeintlich homogene) Afrika gesehen wird? Viele meiner GesprächspartnerInnen nennen als Gründe für ihren Urlaub in Kenia das gute Angebot, welches bei vielen aus einer Rundreise durch Kenia, Tansania und manchmal noch Sansibar besteht (auch beim Durchschauen der Reisekataloge sind mir viele Reisen ins Auge gefallen, die die beiden Länder miteinander verbinden). Als positiv wird dabei bewertet, dass man so möglichst viel sieht und erlebt. Dabei fällt auf, dass oftmals angenommen wird, dass das Reisen in anderen afrikanischen Ländern ähnliches bieten könne, es aber aus verschiedenen Gründen nicht möglich sei, dort zu reisen. Die genannten Slogans der Prospekte etc. finden also ihren Weg in die Köpfe der Reisenden. Kenia wird mit Afrika gleichgesetzt selbst wenn andere Länder wie Südafrika oder Namibia schon bereist wurden. Viele der anderen ‚bekannten‘⁶⁰ Länder seien aufgrund von kriegerischen Auseinandersetzungen nicht zu bereisen, oder aber im Fall von Südafrika oder Ägypten „nicht das richtige Afrika“⁶¹ (Anne), da sie sich, so die Vorstellungen, in Bezug auf öffentliche Dinge, wie beispielsweise infrastrukturelle Standards, zu weit Europa annähern. Diese Überlegung von einem Afrika, das nicht mehr wirklich Afrika ist, hat viel mit der Idee der Ursprünglichkeit und Authentizität zu tun; diese wird, wie schon dargestellt, landläufig mit dem Kontinent als ganzem verbunden, einem im Stadium des Natürlichen und Ursprünglichen verbliebenen Kontinent, der dadurch so interessant wird, dass er das Gegenteil zu einem Europa verkörpert, das dieses Stadium hinter sich gelassen hat.

Ohne dass es von meinen GesprächspartnerInnen auf diese Art und Weise verknüpft wurde, findet hier die Einteilung der Welt in entwickelte und weniger entwickelte Länder ihre Anwendung. Dabei gibt es solche, die als ‚normal‘ (Europa, USA, Australien) – und damit für die Suche nach der ursprünglichen Natur als relativ uninteressant – eingestuft

⁵⁹ In seinem Artikel von 1996 erstellt Andrew Norton ein Modell, das die Reproduktion von Diskursen in organisierten Bussafaris nach Kenia und Tansania nachzeichnet. Dieser ‚circuit of culture‘ unterteilt sich in drei Phasen: vor, während und nach der Reise (‚anticipation‘, ‚experience‘ und ‚reflection‘). Das Ergebnis: der (in den Tourismusbroschüren) geläufige Diskurs eines romantisch erhöhten Naturzustandes in Ostafrika wird immer weiter durch heimkehrende Reisende bestärkt. Zentral für Nortons Argumentation ist dabei, dass die TouristInnen nur begrenzt Möglichkeiten haben, versteckte Diskurse aufzudecken, obwohl ihre Erfahrungen und Interpretationen differenzierter sind als die Darstellungen der Broschüren. Dadurch bleiben die Reisenden in den gängigen Diskursen verankert und reproduzieren sie.

⁶⁰ Durch den Fokus der Nachrichtenberichterstattung auf Krisen, Kriege, Natur und Urlaubziele schaffen es nur einige wenige afrikanische Länder ins öffentliche Bewusstsein der Bewohner der nördlichen Staaten.

⁶¹ FGD vom 12. Februar im Camp Carnelley’s.

werden, und andere, die sich auf einer weiter zurückgelegenen Stufe der Entwicklungsleiter befinden. Diese Länder werden oftmals mit einem historischen Stand in Europa gleichgesetzt oder verglichen. Dabei wird auf der einen Seite eine Entwicklung der Staaten in Bezug auf die Kernthemen wie beispielsweise Infrastruktur, Bildung und Gesundheit als positiv und erstrebenswert eingestuft, wobei sie in einem anderen Kontext, dem Kontext von Natürlichkeit, als nicht erstrebenswert eingestuft wird. Die Natur und damit das wahre afrikanische Leben verlieren dadurch die Basis, das ‚Afrikanische‘. Beide Aspekte finden sich in den Interviews wieder, jedoch nicht miteinander verknüpft.

Im Kontext des erstrebenswerten Erhaltens der Natur ist auch die Antwort auf die Frage nach der ersten Assoziation mit Kenia zu werten. Sie wurde durchgängig mit dem Wort „Safari“ beantwortet. Da die Darstellungen von Safaris auf Werbeplakaten, in Filmen und Broschüren oftmals dem gleichen Schema entsprechen, ist die damit verbundene Vorstellung sehr vorgefertigt: Vor dem inneren Auge ziehen Elefanten, Nashörner, Giraffen, Zebras, Gnus und Gazellen über die afrikanische Steppe und grasen. Atmosphärische Momente, wie ein Sonnenuntergang und die sich davor ausbreitende Weite der Steppenlandschaft mit ihren Akazien, spielen eine zentrale Rolle. Die abfotografierten TouristInnen stehen in ihren Safaribussen (wiederum mit Fotoapparat ausgestattet) nur wenige Meter von den Tieren entfernt. Dabei besteht die Szene nicht nur aus grasenden Tieren, sondern weitere tierische Motive sind zentrale Elemente (ein Löwe, der ein Gnu jagt, oder eine Elefantenherde, die einen Fluss durchquert). Diese Bilder sind der Inbegriff von unberührter Natur; Natur, die sich im Gleichgewicht befindet und in der alles in seinen geordneten Bahnen verläuft.⁶² Jan, ein junger Deutscher, der mit seiner Frau (Sarah) und dem Rest der Gruppe für zwei Tage in der Sopa Lodge wohnte, meinte, dass sie zwar schon viele Tiere gesehen hätten, aber noch auf die ultimative Szene, bei der beispielsweise ein Löwe ein anderes Tier jagt, warten würden.⁶³ Obwohl diese Bilder schon ‚bekannt‘ sind, wollen die UrlauberInnen selber die Erfahrung machen und die Bilder hautnah erleben. Die selbst geschossenen Fotos sind die Zeugnisse der erfahrenen Unmittelbarkeit, die das Erlebnis real macht. Maria meinte in Bezug auf die vielen Tierdokumentationen: „Und spannend ist jetzt natürlich, auf ne Safari zu gehen und zu gucken, wie ist das wirklich.“⁶⁴

⁶² Im Sinne des durch den *König der Löwen* bekannten *circle of life*.

⁶³ Interview mit einem Ehepaar am 11. März in der Sopa Lodge.

⁶⁴ FGD vom 12. Februar im Camp Carnelley's. Einen Ausspruch, den ich ähnlich von vielen meiner GesprächspartnerInnen hörte.

Dabei wird in der Vorstellung bezüglich der Reise nicht nur einfach etwas betrachtet, sondern die gesamte Atmosphäre wird als ‚erfühlenswert‘, romantisch und erfüllend herbeigesehnt. Alle Sinne werden in die Vorstellung einbezogen, um die erwartete Atmosphäre zu spüren. Jan geht beispielsweise davon aus, dass der Kilimanjaro im Morgengrauen das Highlight der Reise werden wird, ohne vorher schon einmal dort gewesen zu sein.⁶⁵ Auch Maria versicherte, ohne dass ich nachfragte, dass sie die in den Büchern⁶⁶ vermittelte Atmosphäre wiederfindet. Auch andere schwärmten von dem tollen Licht der untergehenden Sonne, der roten afrikanischen Erde, dem unvergleichlichen Duft der Natur und dem sich weit spannenden Himmel.⁶⁷ Es handelt sich dabei nicht um neutrale Erfahrungen. Ganze Seiten der gängigen Liebesromane sind mit diesen Beschreibungen gefüllt. Verbunden mit dieser Natürlichkeit (die auch Menschen zugeschrieben wird) geht ein Lebensgefühl von Leichtigkeit und Frohsinn einher. Damit verbunden sind Musik, lachende und entspannte Menschen. Sarah erklärte, dass sie die Vorstellung von Musik und netten Menschen schon seit der Schule hätte und dass dies über die Jahre dazu beigetragen habe, Kenia zu ihrem Wunschurlaubsziel zu machen. Dabei ist dieses Bild so präsent und wird als so banal (im Sinne von Hannam und Knox – the everyday, Kapitel 6) angesehen, dass es oftmals nur in Nebensätzen herauszuhören ist. Manchmal wird es ganz klar artikuliert,⁶⁸ aber genau so oft eher im Sinne von ‚Du weißt schon, wovon ich spreche‘ als Allgemeinwissen vorausgesetzt. Es fallen dann Sätze wie: ‚Den Rest kennt man ja aus dem Fernsehen.‘

Bilder, die vor der Reise schon in den Köpfen waren, lassen sich auch gut daran festmachen, was *nicht* da war. So waren viele meiner GesprächspartnerInnen verwundert über die vielen Siedlungen, durch die sie immer wieder gefahren sind, und die weder einem ‚deutschen Dorf‘, noch der Vorstellung von einem ‚afrikanischen Dorf‘ mit Hütten entsprächen. Ebenso riefen die vielen kleinen Läden Verwunderung hervor. Die Siedlungen in die bekannten Muster und Kategorien einfügend, kommen viele TouristInnen zu dem Schluss, dass die BewohnerInnen der Siedlungen nicht traditionell und ursprünglich leben. Peter fasst es wie folgt: „Aber, wenn die [in Fernsehdokumentationen] so diese Siedlungen zeigen und wie die Menschen leben, dann zeigen sie nicht die, die wir gesehen haben, nämlich die am Straßenrand, sondern andere. Die noch so halbwegs intakt sind von der Ge-

⁶⁵ Der Kilimanjaro kann hier als ‚marker‘ im Sinn MacCannelles gesehen werden.

⁶⁶ Folgende Bücher hat sie aufgezählt: *Karibu heißt willkommen*, *Weißer Massai*, *Nirgendwo in Afrika* und *Jenseits von Afrika*.

⁶⁷ Doppelinterview vom 15. Februar mit zwei jungen Frauen im fisherman's und die FGD vom 12.2.

⁶⁸ Maria hatte mehr Musik in Kenia erwartet.

meinschaft her. Und zwar intakt in dem Sinne, dass sie so ihr natürliches Kolorit beibehalten haben.“ Das führt aber nicht dazu, dass die Lebensumstände als fortschrittlich oder ‚modern‘ eingestuft werden, sondern als arm. Das Attribut ‚modern‘ bezieht sich häufig lediglich auf Ausprägungen eines westlichen Lebensstils und schließt eine mögliche ‚andere Moderne‘ nicht ein.

Die TouristInnen reisen mit gemischten Gefühlen in ihren Urlaub. Auf der einen Seite brechen sie in eine Gegend auf, die in ihrem Kopf schon eine Form hat und somit vermeintlich nicht unbekannt ist, auf der anderen Seite haben sie das Gefühl, in eine völlig fremde und von der eigenen Welt verschiedene Gegend zu fahren. Es tun sich vor der Reise bei vielen TouristInnen ‚Wir-Die-Dichotomien‘ auf. Einhergehend mit diesem Gefühl des Unbekannten entwickeln die Reisenden ein erhöhtes Sicherheitsbedürfnis. Die Idee ‚Wir, die Reichen‘ führt zu ‚Die, die Armen‘ und damit zu einer Angst vor durch Armut provozierte Kriminalität. Diese Vorstellung, die stark auf der generellen Perspektive auf das arme und krisenzerrüttete Afrika basiert, wird zusätzlich von Reisewarnungen und Sicherheitstipps der Reiseunternehmen und des Auswärtigen Amtes geschürt. Aus dieser Überlegung heraus wird eine organisierte Bussafari von vielen Reisenden als beste Lösung für einen sicheren Urlaub gewählt.⁶⁹ Peter beschrieb, dass er in den Dörfern gerne öfter aussteigen würde, um so mehr vom Leben dort zu sehen. Dies würde jedoch nicht gehen, wenn man mit einem Reisebus voller ‚Weißer‘ unterwegs sei. Es sei zu gefährlich und man müsse sich vor Kriminalität und vor allem vor Diebstahl schützen.⁷⁰ Neben dem Sicherheitsaspekt spricht auch anderes für eine organisierte Bussafari, so die Bewertung von Urlaub als Zeit der Erholung und Entspannung, was für viele TouristInnen mit wenig Organisationsaufwand und Eigeninitiative vor Ort verbunden ist. „Für alle Bedürfnisse wird gesorgt“, wie Claudia es ausdrückte.⁷¹

Ein konkretes Beispiel dafür, wie verschiedene Bilder miteinander verwoben sein können, stellt der oft verwendete Begriff ‚Stamm‘ dar. Auch in meinen Gesprächen fand er in verschiedenen Wortkompositionen Anwendung (‚Stammeskrieger‘⁷² oder ‚Stammessprache‘). Obwohl sie im europäischen Kontext keine Anwendung finden, werden die Bezeichnungen in Bezug auf den afrikanischen Kontinent oft unhinterfragt verwendet (vgl.

⁶⁹ „Und dann haben wir noch viele Reisewarnungen gelesen. Wenn ihr aufs Land rausfahrt kann es im Norden zu Überfällen kommen. Da muss man schon immer zwischen den Zeilen lesen, aber mir schien das Risiko jetzt für ne eigene Tour zu hoch.“ (Klaus).

⁷⁰ Einzelinterview vom 12.2. im Camp Carnelley’s, tauchte jedoch in vielen der Interviews auf.

⁷¹ Einzelinterview am 10. Februar im Camp Carnelley’s.

⁷² „Also, mit Kenia, was mir einfällt ist Massai, also die Krieger, der Kriegerstamm oder was das auch immer ist. Und die verschiedenen Stämme, viel Sonne, Tiere.“ (Claudia).

Arndt und Hornscheid 2004: 213ff.). Wie genau sehen diese damit verknüpften Bilder aus? Welche Bilder vereinen sie? Zuerst geht damit eine starke Konnotation des Traditionellen, Ursprünglichen und damit – wie schon gezeigt wurde – für den afrikanischen Kontext gleichbedeutend des Natürlichen einher. Es ist das Bild eines im ursprünglichen, natürlichen Zustand verharrenden Menschen. Damit verbunden ist neben der positiven Bewertung ebenso die negative, die der Unterentwicklung. Es kann also je nach Kontext der Bewahrer des Ursprünglichen aber ebenso der Verweigerer der Zivilisation gemeint sein. Drittens kann ‚Stamm‘ in Kombination mit Worten wie ‚Krieger‘ ein Gefühl von potenzieller Bedrohung und Gefahr hervorrufen. Es verlangt nach mehr Sicherheit in der Gegend dieser ‚Stammeskrieger‘, gleichzeitig wird der Urlaub so zu einem größeren Abenteuer. Betrachtet man all diese Aspekte, zeigt dieser Begriff die starke Tendenz der *Veränderung* im Sinne der Postkolonialen Theorien, und passt somit klar in das Schema der ‚Wir-Die-Dichotomie‘: wir, die modernen Bürger, die, die Stammesleute.

4.2.1. Die Rollen der unterschiedlichen Medien im Vermittlungsprozess

Das Formen der genannten Vorstellungen und Narrative erfolgt vielfach unterbewusst. Auf die Frage, „Wo begegnet ihnen Afrika im Alltag?“, hörte ich oft die Antwort, ‚Eigentlich kaum irgendwo‘. Es wurden weder die Werbungen für Kaffee oder Schokolade aufgezählt noch die vielen Plakate von Reisebüros oder den Spendenaufrufen von Hilfsorganisationen, alles Präsentationen zu Werbezwecken, die gängige Stereotype aufgreifen, um ihr jeweiliges Produkt zu vermarkten oder Fundraising zu betreiben. All dies sind Medien, die in unserer von Informationen überquellenden Welt an jeder Ecke auf uns einwirken, wobei die schiere Menge dazu führt, dass wir lediglich Dinge aufnehmen, mit denen wir bereits etwas verknüpfen oder die uns interessieren (Norton 1996: 356), so dass sich bestimmte Bilder noch verfestigen, ohne dass dies bewusst wahrgenommen wird.

Es lässt sich feststellen, dass die Keniareisenden die ihnen zur Verfügung stehenden technischen Medien unterschiedlich zur Vorbereitung auf den Urlaub nutzen. In den Interviews stellte sich heraus, dass Filme, sowohl Spielfilme also auch Dokumentationen, und Bücher häufig nicht in Vorbereitung auf den Urlaub geschaut bzw. gelesen wurden, sondern eher ohne einen konkreten Vorbereitungswunsch aus Interesse bekannt waren. Die in diesen Medien und ihren Bildern und Texten verbreitete Atmosphäre ist eine der ausschlaggebenden Vermittlungen, die Kenia zu einem Wunschurlandsland für viele macht. In

vielen Romanen⁷³ werden die Sonnenuntergänge in blumigen Worten beschrieben, in den Tierdokumentationen im Fernsehen tauchen sie als Hintergrund für die über die Savanne ziehenden Herden wieder auf. Die verschiedenen Medien beziehen sich – der Logik der *Remediation* folgend – aufeinander. Sie greifen untereinander Thematiken und auch Techniken der Vermittlung (*Hypermediacy*) auf, um durch die gezeigten und beschriebenen Bilder zu überzeugen und den Wunsch nach Unmittelbarkeit der afrikanischen Natur so gut es geht zu befriedigen. Je nach Medium nimmt der Nutzer oder die Nutzerin die Bilder und Darstellungen der afrikanischen Tierwelt etc. mit verschiedenen Sinnen auf. Dies wird zu einem Gesamtbild zusammengeführt, wobei weniger Fakten als Atmosphäre eine Rolle spielen. In den Dokumentationen finden häufig Superlative ihre Anwendung, die das Interesse an der Gegend aber auch an einem Urlaub steigern („das letzte Paradies auf Erden“, „die größten Tierwanderungen“, „die größten Schutzräume für Wildtiere“, oder „die einzigartige Weite“).

Zentral für die Urlaubsplanung ist das Internet. Auf meine Frage, ob und wenn ja wie sie das Internet zur Vorbereitung auf den Urlaub genutzt haben, antworteten die meisten GesprächspartnerInnen, dass sie es vor allem für Informationen über die Reisebedingungen genutzt hatten. Es ging ihnen dabei um Sicherheitsaspekte in Bezug auf die Gefahrenlage vor Ort, die Kriminalität und die Straßensituation, aber auch um Gesundheitsrisiken und die damit verbundenen Präventionsmaßnahmen. Wichtig war das Internet zudem für die Informationsbeschaffung über die Wetterbedingungen und die daraus resultierenden Reisezeiten. Viele der Themen werden in unterschiedlichen Foren diskutiert, so dass der/die Interessierte schon vor der Reise mit gleichgesinnten Menschen in Kontakt kommen kann. Eine besondere Rolle kommt dem Internet bei der Auswahl der Reiseunternehmen zu. Das heißt, das Internet wurde besonders nach der Entscheidung für einen Urlaub in Kenia, beziehungsweise im Prozess der Entscheidungsfindung, genutzt, um die gegebenen Kriterien für eine Reise nach Kenia abzuschätzen. Auf vielen Internetseiten finden die BesucherInnen neben den gewünschten harten Fakten immer wieder Fotos oder kleine Filme. Diese liefern im Sinne der Fakten keine neuen Informationen, sondern haben die Aufgabe, die Lust auf den Urlaub zu steigern. Insbesondere die Reiseanbieter gestalten ihre Seiten multimedial. Sie greifen mit Slogans die eben genannte Atmosphäre auf, um damit Werbung für ihre Angebote zu machen. Sucht man im Internet über eine Suchmaschine nach den

⁷³ Siehe die Auflistung der Romane in Kapitel 3.2. Medienanalyse. Neben den Liebesgeschichten ist ein anderes Hauptthema das harte Leben im kenianischen Alltag, wie beispielsweise in dem Roman *Sternendiebe. Mein Leben in Afrika* von Nicole Mtawa.

deutschen Begriffen ‚Kenia und Safari‘ so führt die Trefferliste eine Vielzahl von deutschen Reiseunternehmen auf, die Reisen nach Ostafrika anbieten. Diese werben mit einmaligen Traumreisen nach Kenia, die jeder in seinem Leben einmal gemacht haben sollte. Mehrere Webseiten werben damit, dass die EigentümerInnen der Reiseunternehmen selber als TouristInnen in Ostafrika angefangen und dann, da sie sich nicht mehr hätten von der *Sehnsucht nach Afrika* loslösen können, ihre Unternehmen aufgebaut hätten. Es greift hier das gleiche Legitimationsmodell wie bei den Kolonialromanen. So schreibt die Betreiberin von *Karibu Kenia Safaris* in der Sparte *über uns*: „Ich träumte von Afrika ... und als mein Traum wahr wurde, hat mich die gewaltige Tierwelt, die wunderschönen Strände und die authentische afrikanische Kultur von Afrika sehr berührt.“ Weiterhin berichtet sie von der „Faszination Kenias“, „unberührten Natur“, den „freundlichen Menschen“, „atemberaubenden Aussichten“ aber genauso von den sicheren Jeeps und luxuriösen Unterkünften, die den Urlaub zu einem ganz persönlichen Erlebnis machen sollen. Auch auf diesen Internetseiten fällt immer wieder auf, dass von *Afrika* die Rede ist, auch wenn lediglich Reisen nach Kenia und Tansania angeboten werden.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass, obwohl den verschiedenen Medien unterschiedliche Aufgaben zukommen, sie sich überschneiden, aufeinander beziehen und viele Bilder teilen. Werden in den Dokumentationen beispielsweise die Gefahren der Wildnis gezeigt oder im Roman die Bedrohungen durch Kleinkriminalität aufgegriffen, so werden sie von den potenziellen Reisenden im Internet bezüglich der Relevanz für die eigenen Reisen untersucht. Zudem werden Rückschlüsse zugelassen: ‚Ja, ich kann in einem Keniaurlaub genau die Dinge erleben, die ich in den Romanen so spannend und anziehend fand.‘ Die Medien ergänzen einander und tragen alle auf unterschiedliche Art und Weise zu den bekannten Vorstellungen der Menschen vor der Reise bei. Sie bilden gemeinsam die Infrastruktur, die den Vermittlungsprozess in Deutschland darstellt bzw. bildet und den Reisenden schon vor ihrem Abflug Einblicke in das *Safari-Kenia* vermittelt. Diese Infrastruktur ermöglicht es, dass nicht nur Menschen und Güter hin und her reisen können, sondern auch Vorstellungen und Ideen. Sie bildet die Basis, auf deren Grundlage in vielen Menschen jedes Jahr der Wunsch geweckt wird, nach Kenia in den Urlaub zu fahren und *Afrika* so noch unmittelbarer zu erleben. So sind die Medien schon vor der Reise Teil der Infrastruktur, über welche Wissen verbreitet wird. In Kenia werden sie dann von einem anderen Teil der *Safari-Infrastruktur* abgelöst, so dass die Medien in Deutschland als auch

die Infrastruktur in Kenia zusammen einen Vermittlungsprozess bilden, der Bilder produziert und weitergibt.

4.2.2. Der Wunsch nach der unmittelbaren Erfahrung des natürlichen Afrikas

Um den Übergang zwischen den technischen Medien und den Infrastrukturen vor Ort auf den Punkt zu bringen, folgt nun eine kurze Zusammenfassung der Anwendung der Logik der *Remediation* hinsichtlich des Vermittlungsprozesses des *Safari-Kenias*. Der Wunsch nach dem unmittelbaren Erleben und Kennenlernen von Neuem ist allgemein ein Motor für Fernreisen. Das ist auch für Kenia nicht anders. Obwohl der *naive Blick* bei vielen MediennutzerInnen ein Gefühl der Unmittelbarkeit bezüglich der gezeigten Bilder hervorruft, ist den NutzerInnen klar, dass Kenia und seine begehrte Naturpracht – im Fernsehen so nah – eigentlich weit weg sind. Auch die besten Darstellungen können darüber nicht hinwegtäuschen, sondern lediglich durch eine Reise kann die Distanz vermeintlich überwunden werden. Die aus den verschiedensten Medien bekannte Landschaft soll nun, durch die direkte Nähe, noch erfahrbarer werden. Die TouristInnen möchten die Atmosphäre unmittelbar selbst erleben. Das ist der Vorteil oder die Bereicherung, die eine Reise mit sich bringen soll. „Ich hatte so den Wunsch, das Land auch so wirklich kennen zu lernen.“, erklärt Maria ihre Hoffnung. Die BesucherInnen möchten mit eigenen Augen sehen, was schon von den Fotos, Filmen und Beschreibungen im Internet und in den Büchern bekannt ist. Die authentische Natur soll aus diesen technischen Medien heraustreten und die Sehnsucht der Reisenden nach dem unmittelbaren Erleben des authentischen Afrikas erfüllen. Indem die Werbematerialien deklarieren, den BesucherInnen das Erleben Afrikas zu ermöglichen, reihen sie sich ein in die Logik der *Remediation* und der damit einhergehenden Vermittlung von Unmittelbarkeit. Es wird gesagt: „Erst wenn du dort warst, weißt du, wie es wirklich ist.“

4.3. Organisierter Safari-Tourismus: Kenia aus dem Busfenster

Kenia ist schon lange Reiseziel für viele ausländische TouristInnen. Im Jahr 2007, dem Jahr mit den meisten registrierten internationalen TouristInnen, bereisten 1.520.837 Reisende der Kategorie *holiday/business visitors* das Land. Nach den Unruhen im Kontext der Wahlen 2007/2008 reisten in den Jahren 2008 und 2009 wesentlich weniger TouristInnen nach Kenia. Langsam erholen sich die Zahlen wieder und für 2010 konnte ein Anstieg der

Einreisenden (1.329.560 Personen) verzeichnet werden.⁷⁴ Besonders bei Menschen folgender Nationen ist Kenia ein beliebtes Reiseziel: Großbritannien, Deutschland, Italien, Frankreich und die Schweiz.

Eine klare Aussage darüber, welche Deutschen nach Kenia reisen, lässt sich nicht vornehmen. In Bezug auf den sozioökonomischen Hintergrund kann ich nur darauf verweisen, dass eine Reise nach Kenia nicht günstig ist. Preisgünstige Flüge gibt es (noch) nicht und die Eintrittspreise für kenianische Nationalparks suchen auf dem ganzen afrikanischen Kontinent Ihresgleichen.⁷⁵ Mehrere meiner InterviewpartnerInnen haben erwähnt, dass sie schon andere Länder außerhalb Europas bereist haben, worauf in den Gesprächen auch Bezug genommen wurde. Diese Tatsache verweist auf die Verbindung, die Hannam und Knox zwischen Reisen und soziokulturellem Kapital und Gruppenzugehörigkeit herstellen (2010: 101ff.).

TeilnehmerInnen organisierter Reisen buchen ihren kompletten Urlaub von zuhause aus, inklusive Unternehmungen, Reisebegleitung und Unterkünften. Zum einen gibt es Reiseunternehmen, die ihren Sitz in den jeweiligen Herkunftsländern der TouristInnen haben, zum anderen die in Kenia selber und meist in Nairobi oder Mombasa angesiedelten Unternehmen. Die Gruppengröße organisierter Safarireisender variiert stark. Die Beförderungsmittel sind meistens Busse oder zum Transport von Menschen umgebaute LKWs. Für die betuchteren Reisenden werden auch sogenannte Flugsafaris angeboten. Dafür gibt es an einigen der teureren Hotels oder auch großen Nationalparks kleine Flughäfen.

Da die Reiseart meiner InformantInnen – die organisierte Gruppensafari – entscheidend für meine Analyse ist, folgt nun eine Beschreibung des Aufbaus und Ablaufs derselben. Die Struktur der Bussafaris sieht so aus, dass die Reise immer in verschiedene Etappen aufgeteilt ist. Die Gruppe reist von einer touristischen Attraktion – meist einem Nationalpark – zur nächsten. Dabei übernachten die Gruppen entweder direkt in den Nationalparks oder in außerhalb dieser gelegenen Hotels. Die Aufenthalte sind meist von kurzer Dauer. Wenige Tage verbringt die Gruppe an einem Ort, um dort möglichst alle vorhandenen Attraktionen zu besuchen. Viel Zeit ihres Keniaaufenthalts verbringen die TouristInnen im Beförderungsmittel. Während den einzelnen Aufenthalten sitzen sie immer wieder zusam-

⁷⁴ Zahlen des *Kenya National Bureau of Statistics* (<http://www.knbs.or.ke/visitorstats.php> letzter Zugriff am 02. Dezember 2011).

⁷⁵ Siehe zum Beispiel den Eintrittspreis des Hell's Gate Nationalpark, der 25 US-\$ beträgt und der Nakuru oder Amboseli Nationalparks, für die die BesucherInnen in der Hochsaison (Januar-März und Juli-Oktober) 75 US-\$ bezahlen (www.kws.org/export/sites/kws/tourism/downloads/Conservation_Fees_Jan-Dec_2011.pdf).

men, werden durch die verschiedenen Gebiete Kenias gefahren und lassen dabei das Land durch die am Fenster vorbei ziehende Landschaft auf sich wirken. An den einzelnen Orten bestehen die Aktivitäten fast immer aus sogenannten *Game Drives*⁷⁶ in den Nationalparks, die vorwiegend morgens und/oder abends stattfinden, da zu diesen Uhrzeiten die Tiere am aktivsten sind. Auch diese Touren durch die Nationalparks werden in Bussen unternommen, zu Fuß können nur einige wenige Parks erkundet werden. Beliebte Unternehmungen sind auch *bush barbecues* oder picknicken in den Nationalparks.

Die meisten Keniatouren schließen einen Aufenthalt an einem oder mehreren Seen im Rift Valley ein. Vor Ort gibt es sowohl Hotels als auch lokale Unternehmen, die Bootstouren anbieten; so auch am Naivashasee. Vom Wasser aus können Seevögel wie Pelikane und Flamingos oder Hippos und Krokodile betrachtet werden. Neben den Naturerlebnissen befinden sich in einigen Regionen auch kulturelle Attraktionen. So können alte Kolonialgebäude oder kleine Museen besichtigt werden. Dazu gehört auch der Besuch von Massai Dörfern und das betrachten der ‚traditionellen‘ Tänze der Krieger und die Möglichkeit Schmuck und andere Gegenstände zu erwerben.⁷⁷ Für den Rest des Tages bieten die ReiseleiterInnen Aktivitäten der spezifischen Hotels an, Erholung am Pool und der Bar, Ausreiten auf dem Hotelgelände und Sportaktivitäten wie Tennis und Golf.

Um den Gästen (auch in kurzer Zeit) möglichst viel zu bieten, sind die meisten Touren mit einem sehr vollen Programm ausgestattet, was durch folgende Situation sehr gut verdeutlicht wird. An einem Abend bekam ich in einer Hotelbar mit, wie eine Gruppe von deutschsprachigen Reisenden über ihr Programm am nächsten Tag sprach. Ich ging auf sie zu, um mich zu erkundigen, ob sie zu einem Interview bereit wären. Auf meine Frage, ob sie dazu am nächsten Tag Zeit hätten, lautete ihre belustigte Antwort: „Zeit?!“. Durch die vielen Aktivitäten bietet sich den Reisenden selten die Gelegenheit, eine Gegend oder einen Ort (außerhalb des Hotelgeländes) auf eigene Faust zu erkunden, wobei einige TouristInnen, meist aus einem Gefühl von Unsicherheit und Angst heraus, auch nicht den Drang danach verspüren.⁷⁸ Die starke Strukturierung des Urlaubs wird von den Reisenden sowohl positiv als auch negativ bewertet. So erklärten sie mir, dass es sehr angenehm sei, dass man sich selber um nichts zu kümmern brauche und dass die Reiseleitung ihnen tolle Orte zeige

⁷⁶ Bezeichnet das Durchfahren der Nationalparks auf der Suche nach den Tieren.

⁷⁷ Zu der Vermarktung von traditionellen Darbietungen im Tourismussektor ließe sich eine eigenständige Arbeit schreiben. Das soll jedoch nicht Teil dieser Arbeit sein. Für Kenia hat Edward M. Bruner (1994, 2001), der in seinen Artikeln auch immer die Veränderung und Wandelbarkeit hinsichtlich der Darstellung der Massai gezeigt hat, dazu geforscht und geschrieben.

⁷⁸ Mehrmals wurde ich von InterviewpartnerInnen verblüfft angeschaut, wenn ich abends nach einem Interview ihr Hotel alleine verließ, um zu meiner eigenen Unterkunft zu kommen.

und erkläre. Als negativ wurde betont, dass es oft sehr anstrengend sei, die ganze Zeit mit einer Gruppe unterwegs zu sein, in der die einzelnen Mitglieder unterschiedliche Bedürfnisse haben. Diese starke Struktur begünstigt den Vermittlungsprozess des *Safari Kenias*. Es gibt wenig Raum für spontane Ereignisse oder Unvorhergesehenes. Und dieses Ungeplante ist es, was den Reisenden Einblicke in die *back stage* des Reiselandes ermöglicht und somit Raum für nicht institutionalisierten Kontakt zur unbekannten Kultur bieten könnte. Im Fall von Kenia könnte ein Ausscheren aus dem Reiseprogramm ein Ausscheren aus dem vermittelten *Safari-Kenia* bedeuten.

4.4. Wie die Vermittlung von Unmittelbarkeit fortgeführt wird: Vermittlungsprozess mit und durch Infrastruktur

Was passiert nun, nachdem die TouristInnen mit ihren Bildern und Vorstellungen in Kenia angekommen sind? Welche Erfahrungen und Erlebnisse machen sie, und welche Auswirkungen haben diese auf die vorgefertigten Bilder in ihren Köpfen?

Auch wenn der Fokus meiner Arbeit auf der Tourismusbranche am Naivashasee liegt, so lassen sich doch viele Aussagen bezüglich der Hotels etc. für Kenia verallgemeinern. Viele der Hotels sind Ketten, die auch an anderen Orten des Landes vertreten sind, und auch die Recherche im Internet oder die Präsentation der Reiseanbieter auf der Tourismusmesse in Nairobi lassen mich zu diesem Schluss kommen. In Kapitel 4.5. wende ich mich abschließend wieder explizit den besonderen Gegebenheiten der Tourismus- und Agrarindustrie am Naivashasee zu.

Die TouristInnen, die in Kenia ankommen, werden direkt in die Infrastruktur vor Ort aufgenommen. Diese Infrastruktur steht in engem Austausch mit der Medieninfrastruktur, die die TouristInnen vor ihrer Reise in Deutschland kennengelernt haben. Zur Infrastruktur vor Ort gehören die Tourbusse, Hotels, Nationalparks und Guides, die nun die entscheidenden Bilder innerhalb des Vermittlungsprozesses produzieren. Das heißt, ich begreife all jene Institutionen als Teil der Infrastruktur, die eine entscheidende Rolle im Ablauf des Urlaubs und auch in der Vermittlung der Bilder spielen. So zähle ich neben den Guides ebenfalls Hotelmanager und andere in der Tourismusindustrie tätige Personen dazu.

Um zu begreifen, wie die verschiedenen Infrastrukturen ineinander spielen, ziehe ich Bolter, Grusin und Larkin heran. So wie die technischen Medien nach Larkin entscheidende Aspekte aufweisen, die sie als Teil der Infrastruktur charakterisieren, so weist die Infrastruktur in Kenia meiner Meinung nach ebenso einige Gemeinsamkeiten mit Charakteristi-

ka der technischen Medien auf.⁷⁹ Die beiden Aspekte der *Remediation*, der Wunsch nach *Immediacy* und *Hypermediacy*, die Bolter und Grusin als den Medien inhärent betrachten, treffen nämlich in vielerlei Hinsicht auch auf die Hotels, Tourbusse und Nationalparks zu. In Bezug auf die Erwartung, die NutzerInnen an technische Medien haben, etwas unmittelbar darzustellen, reiht sich die Infrastruktur in Kenia in den Vermittlungsprozess ein – *Remediation* als Reform. Sie verspricht ihren KundInnen die Wildnis Afrikas nun noch hautnaher zu präsentieren, als es schon in Filmen, Büchern und dem Internet der Fall ist, wobei sie sich ständig auf diese Medien bezieht. Das heißt, dieses Versprechen gibt die Infrastruktur als ganzes bezüglich der technischen Medien ab. Dabei tritt die Reise nicht historisch sondern für jeden Reisenden individuell nach den technischen Medien in den Vermittlungsprozess ein. Aber auch hier kann eine Verbesserung der transparenten Unmittelbarkeit nur mit Hilfe neuer Vermittler, im Sinne von *Hypermediacy*, bewerkstelligt werden. Die Teile der Infrastruktur (Hotelanlagen, Busfenster, etc.) werden zwischen das nicht touristische Kenia und das Kenia der Reisenden geschaltet. Erst durch diese Vermittlung wird das Erleben des *Safari-Kenias* möglich. Für das Zwischenschalten sind verschiedene Faktoren verantwortlich: zum einen die verschiedenen Narrative, die sich vor allem um Sicherheit und Armut drehen und einen ‚direkten‘ ungefilterten Kontakt mit dem Kenia außerhalb der Infrastrukturen für viele Reisende nicht vorstellbar machen (die Angst vor Kriminalität und dem Unbekannten ist zu groß), zum anderen gewährleistet dieses künstliche Erschaffen eines *Safari-Kenias* den TouristInnen einen Urlaub, in dem sie Kenia so kennenlernen, wie sie es sich vorgestellt haben. Es entspricht in weiten Teilen den erwarteten Bildern, die TouristInnen sind zufrieden, kommen gegebenenfalls sogar wieder oder empfehlen die Reiseunternehmen etc. weiter, wovon die gesamte Branche profitiert.

Die Reise ist für die TouristInnen eine reale Erfahrung, in der sie einen Teil Kenias kennenlernen, der tatsächlich auch Teil des Landes und seiner Kultur ist. Indem das touristische *Safari-Kenia* Raum einnimmt und indem es Kontakt und Überschneidungen zwischen diesem und dem Kenia der Einheimischen gibt, ist das *Safari-Kenia* nicht aus dem heutigen Kenia wegzudenken. Das Land und die *Safari-Infrastruktur* sind untrennbar miteinander verbunden und auch die Bilder der europäischen TouristInnen haben Einfluss auf

⁷⁹ Ich möchte betonen, dass ich mir, obwohl ich einige ähnliche Charakteristika sehe, bewusst bin, dass es ebenso viele Unterschiede zwischen den technischen Medien und der Infrastruktur in Kenia gibt. Aus eben diesem Grund halte ich es hier nicht für sinnvoll von der Infrastruktur als Medien zu sprechen.

manche Vorstellungen der KenianerInnen.⁸⁰ Um es mit Grusin und Bolters Worten auszudrücken: Es handelt sich um *Remediation* als Untrennbarkeit von Vermittlung und Realität.

Es muss jedoch betont werden, dass trotz dieser Überschneidungen die *Safari-Infrastruktur*, die sich an den Wünschen, Vorstellungen und Bildern der BesucherInnen orientiert und nach diesen ausgerichtet ist, wenig zu tun hat mit dem Großteil der Lebenswelten der lokalen, kenianischen Bevölkerung.⁸¹ Das hält die Tourismusindustrie jedoch nicht davon ab, mit dem Versprechen vom Erleben des puren Afrikas zu werben. Dies ist ein zentraler Punkt, wenn es darum geht zu ergründen, warum die Inhalte des Vermittlungsprozesses in ihrer statischen Form aufrecht erhalten werden; insbesondere vor dem Hintergrund, dass das Land selber – das niemals Abbild der Vorstellung der ‚Weißen‘ war – sich immer mehr wandelt. Es zeigt, dass die Vorstellungen von Afrika (und prototypisch Kenia) als natürlicher Ort und die ihr innewohnenden Bilder und Stereotypen noch heute eine große Anziehungskraft auf Teile der deutschen Reisenden ausüben. Das Kenia, welches sich die deutschen TouristInnen wünschen, gibt es nur, da sie es sich wünschen und bereit sind dafür Geld zu zahlen und nach Kenia zu reisen.

Im industrialisierten Gebiet um den Naivashasee wird die Wirkungskraft dieses Vermittlungsprozesses besonders deutlich. Hier befinden sich die ‚positive Welt‘ des Safari Tourismus und seine Natürlichkeit und der von der Blumenindustrie geprägte Alltag vieler kenianischer ArbeitsmigrantInnen direkt nebeneinander, ohne dass das einen großen Einfluss auf den Blickwinkel und die Wahrnehmung der TouristInnen hat. Wie genau funktioniert nun der Vermittlungsprozess vor Ort? Was erleben die TouristInnen?

Die Reise ist strukturiert durch verschiedene Teile der Infrastruktur, die sich im Sinne Larkins aus 1. einem materiellen Ort, 2. einer Funktion und 3. einer sozialen Praxis zusammensetzt. Die Infrastruktur, das heißt in diesem Fall die Reise und ihre einzelnen Teile, umgibt eine Aura, die im Kontext des Untersuchungsgegenstandes dieser Arbeit viel mit dem sogenannten *out of Africa feeling* oder der *afrikanischen Atmosphäre* zu tun hat.

In den folgenden Unterkapiteln werde ich die drei verschiedenen Komponenten der Infrastrukturen (Bus, Hotel, Nationalpark, Guide), die gemeinsam die Aura der Reise darstel-

⁸⁰ Die Massai werden auch von vielen KenianerInnen mit den Charakteristika des Konzepts des *Edlen Wilden* beschrieben. Auf der einen Seite sind sie das Aushängeschild Kenias, die Bewahrer der Tradition, auf der anderen Seite gelten sie als rückständig und unzivilisiert. Dieses Thema kam in den Gesprächen mit den Guides immer wieder zur Sprache.

⁸¹ Siehe hierzu beispielhaft die Magisterarbeit von Hanna Kunas (2011), die sich mit der Lebenswelt von MigrantInnen am Naivashasee auseinandersetzt.

len, aufschlüsseln und ihre Rollen und Wirkungen auf die TouristInnen im Vermittlungsprozess beschreiben.

4.4.1. Safaribusse

Der Bus ist eine schöne Metapher für das Aufeinandertreffen von zwei unterschiedlichen Welten oder Orten, die direkt nebeneinander, sich überschneidend und doch getrennt voneinander in Kenia existieren. Die Gruppe der TouristInnen ist in dem Bus. Sie sehen die kenianische Landschaft (den Raum) aus ihrer ganz speziellen Perspektive heraus, aus sicherer und doch geringer Distanz, so dass sie zwar mittendrin, aber doch abgeschottet sind. Dabei rahmt das Busfenster ihren Blick ein. Auf der einen Seite ermöglicht es ihnen einen Ausblick auf die Außenwelt des Busses, auf der anderen Seite trennt es sie von eben jener. Die Fensterscheibe wird somit zum Symbol der transparenten Vermittlung von Unmittelbarkeit. Einige wenige KenianerInnen haben Zugang zu diesem *Safari-Kenia* und den Bussen, als Fahrer oder Guides. Sie sind angestellt, um den TouristInnen das Land näher zu bringen. Oftmals vermitteln sie den TouristInnen allein durch ihre Anwesenheit das Gefühl das Land direkt zu erleben.

Auf diese relativ abgeschottete Art und Weise das Land und die Nationalparks durchreisend, zieht die Landschaft, das heißt die Steppen, die Hügel, die Ebenen, die Siedlungen und Dörfer und die Tierwelt an den TouristInnen vorbei. Es bleibt wenig Zeit sich länger irgendwo aufzuhalten. Auf diesem Reiseweg ist der Blick aus dem Busfenster eine zentrale Perspektive; eine Perspektive, die derjenigen nahe kommt, die auch der Betrachter vor einem Bild einnimmt. Er schaut durch den Rahmen des Bildes wie durch einen Fensterrahmen und betrachtet die dahinter liegende Landschaft. Das ist vor folgendem Hintergrund interessant: Der Konsum der modernen Medien – ihrer Techniken und ihrer Inhalte – in der deutschen Gesellschaft, hat nicht nur Einfluss auf soziale und kulturelle Prozesse, sondern ebenso auf persönliche. Das betrifft auch die Sehgewohnheiten. Lange Zeit galt in der Wissenschaft das Sehen als entscheidende Sinneswahrnehmung für die Aufnahme der Umgebung. Auch wenn das heute von mancher Seite hinterfragt wird (vgl. Erlmann 2004: 1-20), so gilt doch, dass dem Schauen eine wichtige Rolle zugesprochen wird (vgl. Urry 2002). Der Blick der Reisenden ist entscheidend geprägt durch ihre Sehgewohnheiten. Diese werden vor allem durch die visuellen Medien im Alltag permanent gefordert und geschult. Der linearen Perspektive kommt in diesem Kontext eine wichtige Bedeutung zu. Sie wird als Perspektive und visueller Aufnahmemodus in die neue Umgebung des Urlaubs

mitgenommen. Wie der Betrachter eines Bildes meint, durch die Betrachtung des Abbildes einer Landschaft diese zu erblicken, so sehen die Reisenden durch die Fensterscheibe das von ihnen erwartete Kenia. Es zieht an ihnen vorbei. Durch das Hindurchfahren durch die Landschaft wird den Reisenden das Bild der Weite der afrikanischen Landschaft, die sie zu sehen hofften, bestätigt, auch wenn sie nicht überall anzutreffen ist. Einige Orte mit diesem Kriterium zu durchfahren reicht aus, um das Bild zu verfestigen.⁸²

Zwischen die TouristInnen, denen die Erfahrung der unmittelbaren afrikanischen Landschaft versprochen wurde, und die ‚unberührte Natur‘ wird auch in dem Moment, der der Betrachtung der Landschaft gewidmet ist, ein bestimmtes vermittelndes Element gesetzt, die Fensterscheibe. Dieses Element darf auf Grund anderer Rahmen gebender Narrative, wie dem Sicherheitsnarrativ, nicht fehlen. Mehrmals wurde mir von unterschiedlichen Personen versichert, wie schade sie es fänden, dass man nicht öfter aussteigen könne. Auf der einen Seite wurde das ‚nicht können‘ mit der großen Gefahr von Diebstählen begründet, wobei als Erklärung dafür die große ökonomische Diskrepanz zwischen den Reisenden und den Einheimischen genannt wurde. So erklärte Peter: „Also die, ich meine, man vermutet ja nicht, dass man überfallen wird, aber Gelegenheit macht Diebe, sag ich immer!“ Auf der anderen Seite wurde eine als unangenehm empfundene Situation aufgeführt, um das Nicht-Aussteigen zu begründen: Die Einheimischen würden stets etwas von den TouristInnen wollen. Meine InterviewpartnerInnen hatten dies entweder selber erlebt, oder von anderen gehört. Geld oder Kulis würden oft gefordert und nichts, nicht einmal Fotos, gebe es gratis, hieß es. Viele Reisende zeigten für dieses ihrer Meinung nach aus Armut resultierende Verhalten Verständnis. Es führte bei einigen dazu, ihr Selbstbemitleidungsverhalten (und das der Europäer allgemein) zu hinterfragen: „Uns geht es so gut und im Alltag jammern wir trotzdem viel zu viel über Kleinigkeiten, wie zum Beispiel Pickel“ (Claudia). Zugleich waren sie jedoch vielfach abgeschreckt oder genervt. Maria beteuerte, wie schön es gewesen sei, als sie in einem Boot auf dem Baringosee mit einer Gruppe Lehrern ins Gespräch kamen, die gar nichts von ihnen gewollt hätten. Die wenigen Situationen, in denen doch aus dem Bus ausgestiegen wurde, wurden trotz der empfundenen Forderungen der Einheimischen als positiv beschrieben: „Da waren wir Mitten im Leben, das war schön“ (Claudia).

⁸² Verwunderung zeigten einige meiner GesprächspartnerInnen über die Gebiete, in denen sich für ihr Verständnis weder Dörfer noch Städte befanden, sondern zersiedeltes Gebiet mit kahlen oder angemalten Steinhäusern. Dabei wurde dies nicht als fortschreitende Modernisierung gesehen, sondern als Zeichen steigender Armut.

Neben den Augen werden auf der Fahrt andere Sinnesorgane angesprochen, die die Erfahrung des Busfahrens zu einer realen ‚afrikanischen Busfahrerfahrung‘ machen. Die Qualität der Straßen ist nicht überall in Kenia gleich, es gibt geteerte Straßen (darunter viele kaputte) oder aber einfache Pisten. Das hat zur Folge, dass die TouristInnen während eines großen Teils der Fahrt kräftig durchgeschüttelt werden. Oft scheint gleichzeitig die heiße Äquatorsonne auf den Bus und seine Insassen. So wird *Afrika* für die Reisenden fühlbar. Mangelnde Infrastruktur, kurz schlechte Straßenverhältnisse, und heißes Klima sind ebenfalls Kriterien, die viele Deutsche dem afrikanischen Kontinent zuschreiben und die die Busfahrt an sich schon zu einem Abenteuer und einem authentischen Erlebnis machen. Diese langen Fahrten sind anstrengend, abends ist man müde und fühlt die Erlebnisse des Tages. Trotzdem betonten meine GesprächspartnerInnen, wie schön es sei, so viel zu sehen, und dass das Ausruhen und die oft eingeplanten Tage zum Erholen im Hotel oder in der Lodge die Reise zu einem ausgeglichen Urlaub machen würden.

Der Bus erfüllt eine notwendige Funktion, er ermöglicht das Sehen vieler Orte in möglichst kurzer Zeit. Ob in Luxusausstattung, mit gemütlichen Sesseln an großen Panoramafenstern, oder mit eher engen Sitzen, der Bus ist das Fortbewegungsmittel Nummer eins der Safaritouren. Dabei sind sie schon von weitem als Safaribusse zu erkennen. Sie sind meist in Naturtönen, in grün, braun, beige, gelb oder schwarz gehalten und tragen das Emblem des jeweiligen Reiseunternehmens.

Durch die gemeinsame Tour im selben Bus entsteht eine soziale Praxis des Teilens der gemachten Erfahrungen. Man weist sich gegenseitig auf Dinge in der Landschaft hin, zeigt gemeinsam Begeisterung und Ablehnung oder grenzt sich voneinander ab. Mehrmals wurde mir beschrieben, wie sich die Sichtung von Löwen abspielt: Ein Businsasse sieht sie zuerst, weist freudig die anderen darauf hin, es wird aufgestanden, die Gegend wird scharf beobachtet und Fotos werden geschossen, bis sich alle wieder hinsetzen und die Fahrt mit gesteigerter Aufregung und Freude weitergeht. Auch wenn es manchmal zu Auseinandersetzungen kommt, in jedem Fall sind die Reisenden Teil einer ‚In-Group‘, die die Erfahrungen des Landdurchreisens teilt und den Bus als sicheren Hafen, Abgrenzung nach außen oder beides zugleich begreifen kann. Die Reisegruppe versteht sich – unabhängig von Konflikten untereinander – als Gruppe der EuropäerInnen, die sich von den AfrikanerInnen draußen abgrenzt. Das sind die, die am Straßenrand entlanglaufen. Klaus erklärt, dass für ihn dort Afrika sei, wo mehr als 100 Menschen am Straßenrand entlang laufen und nicht mit dem

Auto fahren würden, wie es bei uns üblich sei.⁸³ Aussprüche wie ‚bei uns ist das so und so‘ oder ‚wir sehen das so und so‘ verdeutlichen diese Aufteilung in unterschiedliche Gruppen: Afrikaner und Europäer oder Kenianer und Deutsche. Diese Zuschreibungen können im Kontakt zum vermeintlich Fremden als identitätsstiftend gewertet werden.

Vielen Reisenden ist bewusst, dass sie das Land mit einer gewissen Distanz betrachten. Diese erscheint den meisten als notwendig und sie sind zufrieden, da sie immerhin näher dran sind an der Natürlichkeit Afrikas als zuvor. Zudem füllen die Hotels und Guides die Lücke, die die Distanz der Busfahrt mit sich bringt.

4.4.2. Hotels/Lodges/Camps

Die Unterbringung im Urlaub, sei es in einem Camp, einer Lodge oder einem Hotel, erfüllt eine zentrale Funktion während der Reise. Sie bildet den Ort, an den die Reisenden nach Ausflügen und Anstrengungen zurückkommen, um sich zu erholen und sich in einer sicheren, da bekannten Umgebung, entspannt bewegen zu können. Die Umgebung ist insofern bekannt, als gewisse Abläufe institutionalisiert sind, sei es in Bezug auf die Abläufe bei der Anmeldung, die Essensmöglichkeiten oder den Kontakt zum Servicepersonal. Dies alles sind Dinge, die auch in anderen Hotels der Welt ähnlich ablaufen. Wichtige Kriterien, die zur Bewertung von Hotels herangezogen werden, sind Sauberkeit, Service, Lage, angebotene Freizeitaktivitäten und das Essen. Diese Themen tauchten sowohl in Gesprächen als auch in Internetforen zu Hotelbewertungen wie *holidaycheck.de* oder *tripadvisor.de* auf.

Innerhalb des *Safari-Kenias* haben die Unterkünfte aber neben diesen Punkten auch andere Kriterien zu erfüllen, um den Wünschen der TouristInnen zu entsprechen. So ist die Atmosphäre der Hotels, die vor allem durch ihr Äußeres mitbestimmt wird, von zentraler Bedeutung. Zu diesem Äußeren gehören Architektur, Einrichtung, Umfeld und Dekoration der gesamten Hotelanlage. In den von mir analysierten Übernachtungsmöglichkeiten lässt sich der Stil, auch wenn er in den einzelnen Hotels unterschiedlich ist, übergreifend als *afrikanisch* beschreiben. Wobei *afrikanisch* hier eine Beschreibung bedeutet, die von einer europäischen Sichtweise aus gemacht wird. Je nach Preiskategorie fällt dieser *afrikanische Stil* unterschiedlich aus. Der gesamte Auftritt der Hotelanlagen vermittelt den Gästen: ‚Du bist hier in Afrika.‘ Dadurch übernehmen die Hotels eine zentrale Funktion in der Vermittlung des *out of Africa feeling*. Ist während der Fahrt mit dem Bus Kenia die ganze Zeit draußen vor dem Fenster, so kommt es den Reisenden in den Hotels um einiges näher – so

⁸³ FGD vom 12. Februar in Camp Carnelley's.

das Gefühl. Dieses Gefühl wird unterstützt durch die Tatsache, dass die Gäste durch das Personal Kontakt zu KenianerInnen haben. Außerhalb der Hotelanlagen wird dieser Kontakt vielfach in Dichotomien gedacht und ist mit Ängsten verknüpft, wie Peter es zusammenfasst: ‚Die wollen ja immer was.‘ Innerhalb der Hotelanlagen ist die Beziehung klarer definiert. Es handelt sich um Servicepersonal und Gäste, wobei das Servicepersonal angehalten ist, den Gästen freundlich und hilfsbereit entgegenzutreten. Das freundliche Auftreten des Servicepersonals oder in kleineren Unterkünften der BesitzerInnen wurde mehrfach betont und unterstützt viele Gäste in ihrer vorgefertigten Meinung, KenianerInnen und AfrikanerInnen im Allgemeinen seien fröhliche Menschen. So steht das Servicepersonal prototypisch für den/die freundliche/n KenianerIn. Was trägt noch zur Erzeugung der Atmosphäre des *out of Africa feelings* in den Hotels bei? Exemplarisch stelle ich nun die Sopa Lodge und das Camp Carnelley's vor.

Sopa Lodge

Die Sopa Lodge, die von Gästen auf *Holidaycheck.de* als der ‚Garten Edens‘ beschrieben wird, ist eine der gehobeneren Unterkünfte am Naivashasee. Sie liegt etwa zehn Kilometer von Naivasha Stadt entfernt, zwischen See und Straße. Insgesamt hat sie Betten für 168 Gäste. Die Anlage besteht aus mehreren Gebäuden, die in einem großen parkähnlichen Areal liegen. Im Hauptgebäude befinden sich die Rezeption, Bars, die Speise- und Aufenthaltshalle und ein Souvenirshop. Die Zimmer für die Gäste sind in kleinen freistehenden Häusern untergebracht. In jedem der Häuschen befinden sich je vier Schlafzimmer, zwei unten und zwei oben, mit Terrasse oder Balkon. Sowohl die Schlafhäuser als auch das Hauptgebäude sind in ihrem Stil vermeintlich naturnahen Wohnmöglichkeiten wie Hütten oder Zelten nachempfunden.



Abb. 1
Sopa Lodge,
Außenansicht auf das Haupthaus

C. Maevis, März 2011

Neben der Architektur vermittelt vor allem das verbaute Material den Eindruck, in einer Unterkunft in der Natur zu sein. Das Hauptgebäude wirkt durch seine Höhe und die größtenteils verglasten Seitenwände sehr offen. Im Ganzen ähnelt die Architektur einer großen Zeltstruktur. Das Dach und die Wände werden von großen Holzbalken gehalten, wobei das Dach, das von innen auch mit Holz verkleidet ist, über die Seitenwände nach unten reicht. Auch im Inneren ist sehr viel dunkles, schweres Holz verbaut, das teilweise mit Schnitzereien verziert ist. Der Fußboden ist aus Stein. Um das Gebäude herum stehen viele Pflanzen, so dass man durch die Glasfronten direkt ins grüne Gebüsch oder in den lichten Akazienwald guckt. Die Aufenthaltshalle mit der Bar ist rund gebaut, wobei der innere Kreis von einer Glaswand eingefasst ist, der einen kleinen Garten beherbergt. Die Innenausstattung besteht aus schweren Möbeln, großen Holztischen, einer edlen Bar und Ledersofas, die um drei offene Kamine herum stehen.



Abb. 2
Soda Lodge,
Aufenthaltsraum

C. Maevis, März 2011

Den Gästen bietet sich eine luxuriöse Umgebung, wobei gleichzeitig das Gefühl, unmittelbar in der Natur zu sein, aufrechterhalten bleibt. Abgerundet wird die Ausstattung durch die Dekoration. Es hängen Masken und Speere an den Wänden und Eisen- oder Holzfiguren, die mit den roten Tüchern der Massai bekleidet sind, säumen die Gänge. In der Mitte des Foyers übernimmt ein großer abgeschliffener Holzstumpf die Funktion eines Tisches.

Über kleine Brücken und Wege ist in unmittelbarer Nähe zum Haupthaus der Pool zu finden. Der Pool, der mit allen Annehmlichkeiten wie Bar, Liegen und Schattenplätzen ausgestattet ist, befindet sich auf der einen Seite direkt neben einem Fitnessraum und einer Sauna (die bei einigen Gästen Erstaunen auslöste – ‚eine Sauna in Afrika?‘), auf der anderen Seite ist der Blick frei in den Akazienwald. Diese Grünfläche der Soda Lodge ist bekannt dafür, dass Zebras, Giraffen und andere Pflanzenfresser hier grasen. So verbringen

viele Gäste ihre Nachmittagsstunden Karten spielend, lesend oder schlafend am Pool, um dann in der Abenddämmerung die Tiere zu beobachten, die direkt durch den Garten laufen.



Abb. 3
Sopa Lodge,
im Garten

C. Maevis, März 2011

Es ist eine Situation, die für den ganzen Urlaub stehen kann: mit Luxus und Komfort ganz nah an der Natur und ihrer Tierwelt sein, in einer Umgebung, die afrikanisch ist und gleichzeitig nur für die (meist europäischen) Gäste geschaffen wurde und für den größten Teil der Einheimischen nicht zugänglich ist. Hier ist es möglich, in Ruhe und Frieden die Pracht der Natur direkt vom Pool aus zu beobachten, paradiesisch – eben wie im Garten Eden. Da das Hotel mit dieser Tatsache auch im Internet wirbt, sagte mir Elfriede, dass sie sich darauf schon den ganzen Urlaub gefreut hätte.⁸⁴ In Bikinis und eingewickelt in Handtücher sitzen die Gäste auf Bänken und schauen den Tieren zu, der Sonnenuntergang, der in den Prospekten immer so hervorgehoben wird, unterstützt die Atmosphäre.

Nachts ist das Betreten der Grünfläche verboten, da dann ebenfalls die Hippos aus dem Wasser zum Gras an Land kommen. Für die Reisenden bedeutet das, dass sie, um abends ins Hauptgebäude zu gelangen, von einem Wächter begleitet werden, der sie vor den Hippos schützen soll, denn die Häuser sind nicht mit Zäunen abgeriegelt. So wird schon der Gang zum Abendessen von vielen als Abenteuer beschrieben. Auf Hotelbewertungsseiten im Internet zeigt sich jedoch, dass es auch Gäste gibt, die diesen Umstand als lästig empfinden.

⁸⁴ Interview mit einem Ehepaar am 17. März in der Sopa Lodge.

Camp Carnelley's

Im Camp Carnelley's, das einige Kilometer weiter südlich am See liegt, werden ähnliche Mechanismen eingesetzt, um – wie auf der Webseite beschrieben – eines zu erreichen: „Feel it – Africa“.

Verglichen mit der Sopa Lodge befindet sich das Camp jedoch in einer günstigeren Preiskategorie. Auch hier schlafen die Gäste nicht im gleichen Haus, in dem es die Mahlzeiten und eine Bar gibt. Es kann zwischen kleinen Bungalows und Zelten gewählt werden. Die Bar und das Restaurant sind nach vorne hin offen konstruiert.



Abb. 4
Carnelley's
Restaurant/Bar von außen

C. Maevis, März 2011

Das Dach ist aus Plexiglas, so dass Licht von oben in den Aufenthaltsbereich fällt. Getragen wird es von drei Wänden und mehreren unbearbeiteten Baumstämmen. An einer Seite ist das Haus komplett offen, so dass die BesucherInnen den Hang herunter durch den Akazienwald bis zum Ufer des Sees schauen können. Eine Architektur, die in einem Prospekt bezüglich einer anderen Unterkunft als *open to the bush design* bezeichnet wurde. Direkt vor dem Haus befindet sich eine Feuerstelle, die mit Sitzflächen und Kissen ausgestattet ist. Alle Möbel, seien es die Tische und Stühle oder auch die Couches, sind aus Holz gebaut. Auf den Möbeln liegen dicke Kissen, die durch ihre bunten Stoffe sehr dekorativ sind und gleichzeitig für große Gemütlichkeit sorgen.



Abb. 5
Carnelley's,
Innenausstattung

C. Maevis, März 2011

An den Wänden hängen Masken und Bastgeflechte. Das Holz hinter der Bar ist bemalt und auch hier sind viele Gegenstände aus Naturmaterialien gebaut. Technische Geräte, wie der Fernseher sind mit Bastmatten abgedeckt, so dass sie die sorgsam arrangierte Innendekoration nicht stören, die dem/der BesucherIn das Gefühl von Natürlichkeit vermitteln soll.



Abb. 6
Carnelley's,
Bar

C. Maevis, März 2011

Neben der reinen äußerlichen Gestaltung der Räumlichkeiten im *afrikanischen Stil* trägt ebenso die soziale Praxis zur besonderen Aura der Unterkunft bei und ist für die Vermittlung des *Safari-Kenias* entscheidend.

Nicht nur abends sondern auch über Tag kommen in der Bar viele Gäste zusammen um zu relaxen, gemeinsam zu trinken und über die Safari zu reden. Oft finden abends kleine Veranstaltungen mit Musik und Tanz statt. Sie tragen zur Aura des Ortes bei und sind ein wichtiger Bestandteil der sozialen Praxis im Raum. Es lässt sich beobachten, dass am nächsten Morgen eine Stimmung von ‚gemeinsam Erlebtem‘ herrscht. Gäste der unterschiedlichen Reisegruppen und die Bandmitglieder grüßen sich, sie haben sich am Abend

näher kennengelernt. Es wird gemeinsam geredet und gelacht, es herrscht eine gelöste Stimmung. Die Gäste sind durch ihre gemeinsame Erfahrung, in einem ‚fremden‘ Land unterwegs zu sein und gemeinsam irgendwo zu übernachten, Teil einer In-Group. Um die Aufenthaltsorte bilden sich Formen der sozialen Praxis, die entscheidend zum Gefühl des Urlaubs beitragen und die auch die Gefühle für Kenia allgemein beeinflussen. So erfüllen die Infrastrukturen der Hotels nicht nur die praktische Funktion des Schlafplatzes, sondern sie sind zugleich ebenso Event des Urlaubs. Hier wird über das am Tag Gesehene diskutiert und das positive und gelöste *out of Africa feeling* weiter aufgebaut. Die Unterkünfte sind für viele eine sichere Umgebung. Dazu trägt bei, dass die Anwesenheit vieler ‚Weißer‘ ein gewohntes Bild ist. Im Hotel sind die Reisenden unter Ihresgleichen, sie werden weder angebettelt noch fühlen sie sich besonders hervorgehoben. Das ‚Wir-Die Gefühl‘ wird untermauert, indem die Gäste, so unterschiedlich sie auch sind, die gleiche Erfahrung machen: Sie sind alle ‚weiße‘ TouristInnen. Es gibt vertraute Getränke und Speisen (im Carnelley’s gibt es einen Pizzaofen) und die Menschen bewegen sich befreit und in freudiger Erregung über die aufregenden Tage in afrikanischer Umgebung. Diese positive Grundstimmung, die oft einen Urlaub begleitet, wird hier mit der Erfahrung von Afrika begründet, denn sie entspricht dem, was europäische AutorInnen in ihren Keniaromanen beschreiben. Diese unbekümmerte Grundstimmung führt nicht dazu, dass die Reisenden nicht auch Probleme sehen, wie etwa den Müll in den Straßen. Für die meisten bedeuten diese aber keine Abwertung des Urlaubs oder ihrer Grundperspektive auf das Land. Dazu ist die Wirkung der Infrastruktur innerhalb des Vermittlungsprozesses des *Safari-Kenias* zu stark. Auch wenn neue Eindrücke hinzukommen und vielleicht konträr zum Erwarteten stehen, so bleibt das Gesamtbild des *Safari-Kenias* doch aufrecht erhalten (vgl. auch Norton 1996).

4.4.3. Nationalparks

Die Nationalparks Kenias sind die Institutionen, die die Basis für die Safari der TouristInnen darstellen. Eine kurze historische Einordnung verdeutlicht ihre Rolle als zentrale Infrastruktur innerhalb der Darstellung der unberührten, authentischen afrikanischen Wildnis.

Der erste Nationalpark Kenias wurde 1945 gegründet. Es war die Idee des *Yellowstone Nationalpark*, die den Siedler und Landwirt Mervyn Cowie auf einer USA-Reise beeindruckte und die dazu führte, dass er dieses System ebenfalls für Kenia vorschlug. Er fand nur wenig Zustimmung, da das Land nach Meinung der Regierung für die Landwirtschaft

und die ansteigenden Bevölkerungszahlen benötigt wurde. Aber er setzte sich weiter dafür ein, so dass 1945 der erste Nationalpark, der *Nairobi Nationalpark*, gegründet wurde. 1948 folgte der *Tsavo Nationalpark* (Leakey 2001: 48f.).

Schon seit den Anfängen der Kolonialisierung durch die Briten hat es verschiedene Institutionen gegeben, die sich je nach Zeit und Ideologie auf die eine oder andere Art mit wilden Tieren, ihrer Jagd, ihrem Schutz oder der Kontrolle befassten. Aber keine der Organisationen konnte sich so stark etablieren und eine so machtvolle Position aufbauen wie der *Kenya Wildlife Service* (KWS). Er spielt eine wichtige Rolle in der Pflege der Nationalparks und damit auch in der Tourismusbranche. Es handelt sich dabei um eine staatliche Organisation, die 1989 als Nachfolgeorganisation des *Department of Wildlife and Conservation Management*, welches dem Ministerium für Tourismus und Naturschutz unterstellt war, durch den Act of Parliament Cap 376 etabliert wurde. Der damalige Präsident Daniel arap Moi übertrug Richard Leakey⁸⁵ das Amt des Direktors der neuen Organisation. Die Vorgängerbehörde war stark in Verruf geraten, nachdem bekannt geworden war – unter anderem durch eine Rede Leakeys auf einer Pressekonferenz –, dass die Naturschutzbehörde ein großes Problem mit Korruption, Misswirtschaft und kriminellen Vorgängen hatte. Das öffnete Wilderei jahrelang Tür und Tor. Wurden 1979 noch 85.000 Elefanten in Kenia gezählt, so waren es zehn Jahre später nur noch 22.000 (Leakey 2001). Die restlichen waren von organisierten Banden, die mit Maschinengewehren vorgingen, wegen ihres Elfenbeins getötet worden. Einigen MitarbeiterInnen in der Naturschutzbehörde und einigen höheren Politikern wurde vorgeworfen, nicht nur von der Wilderei gewusst, sondern an dieser sogar verdient zu haben.

Ist man heute in Kenia unterwegs, dann begegnet einem unentwegt das Symbol dieser Organisation, die beiden Elefanten. Man sieht ihre grünen geländegängigen Autos, wo hinten auf der Ladefläche in khakibraunen Uniformen die MitarbeiterInnen sitzen. Der KWS fasst die Vision seiner Mission und Werte in wenigen Sätzen zusammen: „To be a world leader in wildlife conservation” und „To sustainably conserve and manage Kenya’s wildlife and its habitats in collaboration with stakeholders for posterity”(www.kws.org). Seit seiner Gründung hat der KWS immer umfassendere Aufgaben in Kenia übernommen. Heute gibt es viele unterschiedliche Berufsgruppen innerhalb der Organisation. Als paramilitärische Einheit aufgebaut und hierarchisiert arbeiten die wenigsten Einheiten in Zivil. Eine militärische Ausbildung gehört zur Grundausbildung. Dieser starke Fokus auf militärische Präsen-

⁸⁵ Richard Leakey wurde 1944 als Sohn von Louise und Mary Leakey in Nairobi geboren. Die Familie ist weltweit für ihre Arbeiten als Paläoanthropologen im östlichen Afrika bekannt.

tation und Organisationsstruktur wird mit der Gefahr von skrupellosen Wilderern begründet. Die Wildhüter müssten gut bewaffnet sein, um den kriminellen Banden Einhalt gebieten zu können, die eine Gefahr für die Tiere, aber auch die Pflanzenwelt (beispielsweise durch Abholzung) der Parks seien. Die Aufgabenfelder des KWS erstrecken sich von der direkten Pflege und Verwaltung der unterschiedlichen Naturschutzgebiete über das Führen von Ausbildungs- und Forschungseinrichtungen bis hin zur Leitung touristischer Einrichtungen und Anlagen.

In seiner Autobiographie von 2001 schreibt Richard Leakey, wie er von Anfang an seine Aufgabe, die Naturschutzbehörde als effektiv arbeitende Organisation zu etablieren, in einen größeren Kontext einbettete. Schon in der Einleitung führt er den Tourismus als den wichtigsten Wirtschaftszweig des Landes an und die Nationalparks als die wichtigste Resource in Bezug auf die ausländischen Gäste.

Die Schlüsselbranche Kenias ist aber der Tourismus. Die Naturschönheit, die Tierwelt und unsere Küsten bieten erstklassige Möglichkeiten zu einer ökologisch verträglichen Freizeitgestaltung. Das ist einer der Gründe, warum der Naturschutz für das Land so lebenswichtig ist. (2001: 46)

Seiner Meinung nach ist im Naturschutz das Beschaffen der nötigen Gelder die schwierigste Aufgabe. So betont er, wie wichtig das Fortbestehen des Tourismus in Kenia für das Fortbestehen der Nationalparks und der wilden Tiere sei. Auch in Gesprächen mit MitarbeiterInnen des KWS wurde der Tourismus als Mittel zum Zweck beschrieben. So wird die Versorgung von TouristInnen nicht an erster Stelle der Aufgaben genannt, diese spielt jedoch eine große Rolle, da mit den TouristInnen das nötige Kapital erwirtschaftet wird. Dabei sind die Einnahmen, die die Nationalparks durch die Eintrittsgebühren erwirtschaften, euphemistisch *Conservation Fees* genannt, die Haupteinnahmequelle, die das ganze System aufrecht erhält.

In Kenia teilen sich die Naturschutzgebiete in fünf verschiedene Kategorien auf. Diese Kategorien und die damit verbundenen Regeln und Bestimmungen sollen sowohl einheimisches als auch touristisches Verhalten steuern. Es gibt 22 *National Parks*, 28 *National Reserves*, fünf *National Sanctuaries*, vier *Marine National Parks* und sechs *Marine National Reserves*.⁸⁶ Die Hauptunterscheidungsmerkmale liegen in der erlaubten menschlichen Aktivität und in der Verwaltungsstruktur der Naturschutzgebiete. Die Nationalparks stehen komplett unter der Verwaltung des KWS, wohingegen die Reserves von *County Councils*⁸⁷

⁸⁶ Gespräch mit einer Mitarbeiterin des Hell's Gate National Park am 18. März 2011.

⁸⁷ Lokale, ländliche Verwaltungseinheiten.

in Zusammenarbeit mit dem KWS geführt werden. Eine Mitarbeiterin des Hell's Gate Nationalpark erklärte mir im Gespräch, dass Nationalparks Orte seien, an denen jegliche menschliche Aktivität verboten ist.⁸⁸ Erst im weiteren Verlauf des Gesprächs wurde klar, dass touristische Aktivitäten, wie beispielsweise Campen, davon ausgeschlossen sind. TouristInnen würden der Landschaft durch ihren Aufenthalt keinen Schaden zufügen, erklärte meine Gesprächspartnerin. Aktivitäten von Einheimischen, wie Feuerholzsammeln und Pflanzenpflücken, werden jedoch anders bewertet. Sie sind streng verboten und werden als großes Problem eingestuft. Solche Aktivitäten, die im Gegensatz zu Reifenspuren pflügenden Geländewagen und campenden TouristInnen schon immer auf das Bild der Landschaft eingewirkt haben, werden als nicht tragbar gewertet, unter Strafe gestellt und aus den Parks verbannt.⁸⁹ Diese Tatsache ist für TouristInnen nicht direkt offensichtlich, da dieses Vorgehen von offizieller Seite her selten in dieser Weise präsentiert wird.

Auf seiner Homepage stellt der KWS sich ausführlich vor. Auffällig ist dabei, dass die Seite hauptsächlich auf touristische NutzerInnen ausgerichtet ist. Wie in den Werbebrochüren der Reiseunternehmen wird die wunderbare Landschaft Kenias gepriesen, die dem/der BesucherIn tolle Erlebnisse à la *out of Africa* Atmosphäre bietet.

The spirit of the Safari lives on today. The romance of sundown drinks, of evenings around a campfire and nights under the canvas with the distant roar of a lion in the African night can still be found in Kenya (homepage KWS: About Kenya).

Die Nationalparks werden als wilde, natürliche Heimat der Tiere präsentiert. Immer wieder wird betont, wie wichtig der Erhalt der Natur für Kenia sei. Wie die praktischen Auswirkungen eines solchen Naturschutzes für die lokale Bevölkerung aussehen, wird jedoch nicht erwähnt. Allgemein finden auch hier die Menschen nur in Form von exotischen Lebensformen einen Weg auf die Homepage. Das System der *National Reserves*, die im Gegenteil zu den Nationalparks wesentlich mehr menschliche Aktivitäten erlauben und die in Zusammenarbeit mit der örtlichen Bevölkerung geführt werden, wird nicht erläutert. Dieses System wird erwähnt, aber der/die BesucherIn der Homepage erfährt nicht, wo der Unterschied zum Nationalpark liegt. Das bekannteste *National Reserve* ist die Massai Mara, wobei sie meist von den TouristInnen auch als Nationalpark betitelt wird. Hier dürfen auch

⁸⁸ Interview vom 21. März im Verwaltungsgebäude des Hell's Gate Nationalpark.

⁸⁹ Der KWS arbeitet teilweise mit der Bevölkerung um die Nationalparks herum zusammen. So stellt beispielsweise eine Gruppe von Massai, die vor seiner Gründung im Hell's Gate Nationalpark lebten, die Guides für die Führung durch eine an den Park angrenzende Schlucht. Es muss jedoch erwähnt werden, dass diese Massai das Gebiet nicht freiwillig verlassen haben. 15% der Parkeinnahmen gehen an *KWS community*, um so der Gemeinde zugute zukommen (Gespräch vom 21. März).

innerhalb des Naturschutzgebietes unter strengen Auflagen und Kontrollen bestimmt Aktivitäten durchgeführt werden. Regelbestimmungen und -kontrolle obliegt jedoch weiterhin dem KWS.

Wie beschrieben hat sich in Kenia eine umfassende Struktur entwickelt, die dafür sorgen soll, dass die Natur den TouristInnen als möglichst unberührt und somit intakt präsentiert wird. Die Natur wird zwar als etwas vom Menschen unabhängiges hochstilisiert, an vielen Stellen wird sie aber auf die Vorstellungen und Wünsche der BesucherInnen abgestimmt. Im Gästebuch am Eingang vom Hell's Gate Nationalpark schreibt ein Besucher, dass er den Park als ein ‚authentic place‘ wahrgenommen habe. Dass dieses Gebiet lange Zeit von Massai-Familien und ihren Herden bewohnt wurde, bis diese im Zuge der Installation des Parks an seine Außengrenzen verdrängt wurden, weiß er sicherlich nicht. Viele Konfliktfelder werden in der touristischen Öffentlichkeit nicht diskutiert, um die Parks als sich selbst regulierend, im Sinne eines Naturkreislaufes, zu konstruieren. Obwohl dieser Wunsch nach unberührter Natur besteht, erwarten die TouristInnen eine gut ausgebaute Infrastruktur in Form von Straßen oder Bars zur Erfrischung am Eingang der Parks, wie mir ein Blick in das Gästebuch vermittelte.

Die TouristInnen erleben die Nationalparks meist durch die Fensterscheiben ihrer Busse. Lokale Führer begleiten die Reisebusse. Über Funk stehen sie miteinander in Verbindung, so dass sie sich gegenseitig über die Sichtung scheuer Tiere informieren können. Wird ein Rudel Löwen irgendwo gesichtet, sieht man plötzlich wie eine große Zahl von Kleinbussen in erhöhtem Tempo in dieselbe Richtung fährt. Hinter sich den Staub aufwirbelnd wird dann der Landschaft rechts und links kaum noch Beachtung geschenkt. Irgendwo am Straßenrand halten sie und jeder Fahrer versucht für seine Gäste die beste Position zu ergattern, so dass dem Kameraobjektiv freie Bahn gewährt ist. Aussteigen ist auf Grund der Gefährlichkeit der Tiere im ganzen Park – mit Ausnahme von einigen Picknickarealen oder Aussichtsplattformen – streng verboten.

Die soziale Praxis dieser Game Drives sieht wie folgt aus. Während die Busse auf den ausgefahrenen Straßen die Parks durchstreifen, blicken die BesucherInnen die meiste Zeit gespannt aus den Fenstern, gegenseitig machen sie sich auf die verschiedenen Tiere aufmerksam. Da das Sichten der Tiere für viele der Hauptgrund für ihren Keniaurlaub ist, sind sie sehr aufgeregt und beobachten in freudiger Erwartung ihre Umgebung. Es herrscht eine erwartungsvolle Stimmung. Einigen BesucherInnen genügt es schon, einen Blick auf ein Tier zu werfen, es mit dem Fotoapparat festzuhalten und weiter zu fahren, wohingegen

andere sich mehr Zeit nehmen und den Tieren beim grasen, kämpfen oder schlafen zusehen. Dies ist jedoch nur möglich, wenn wenig Betrieb in dem jeweiligen Nationalpark ist, da es den Fahrern nicht erlaubt ist, zu lange an einer Stelle stehenzubleiben, um anderen Gruppen ebenfalls den Blick auf die Tiere zu ermöglichen. Je nach Größe und somit Weitläufigkeit der Parks ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass man die *big five* in ihrer Gesamtheit gar nicht zu Gesicht bekommt. Obwohl sie schon vorher von der Weite des Landes wussten, wird den TouristInnen erst während der Tour bewusst, wie viel Glück sie brauchen, um wirklich einen Löwen zu sehen, der dann oftmals sogar weiter weg ist als es im Film oder im Zoo der Fall ist. Maria führte aus, dass es nach kurzer Überlegung nicht verwunderlich sei, dass die Tiere weiter weg seien als im Film, dass dies sie aber schon enttäusche. Je nach Park liegt der Fokus auf unterschiedlichen Attraktionen. Während die *Massai Mara* immer als Reich der Löwen angepriesen wird, ist der *Amboseli Nationalpark* bekannt für seine großen Elefantenherden. In anderen Parks werden spezielle Touren zur Vogelbeobachtung angeboten. Nach den unterschiedlichen Game Drives steht für die Reisenden zumeist das Essen auf dem Plan. Entweder nach der Rückkehr in die Lodge oder in Form von Picknickstellen wird den TouristInnen ein Frühstück oder Sundowner im *out of Africa feeling* hergerichtet. So soll auch die Nahrungsaufnahme zu einem ganz besonderen und afrikanischen Erlebnis gemacht werden, wobei auch hier, das ‚afrikanische‘ eher dem entspricht, was SiedlerInnen und Reisende während der Kolonialzeit auf Safari praktizierten. Solche Szenen haben sie in ihren Büchern beschrieben und bis heute werden sie in Filmen immer wieder dargestellt: Stellvertretend dafür steht der Sundowner in der Wildnis.

4.4.4. Guides

Die meiste Zeit werden die Reisegruppen von Guides begleitet. Diese nehmen eine wichtige Rolle in der Vermittlung des *Safari-Kenias* ein, da sie eine akzeptierte Instanz in Bezug auf lokales Wissen darstellen. Einige Reiseunternehmen arbeiten mit kenianischen Guides zusammen, andere hingegen mit ausländischen Guides. Hier sind insbesondere internationale Reiseunternehmen zu nennen. Beide Gruppen erlangen ihre Glaubwürdigkeit dadurch, dass sie vorgeben das Land zu kennen. Während den KenianerInnen diese Fähigkeit allein schon ihrer Herkunft wegen zugesprochen wird, erlangen die oftmals europäischen Guides ihre Autorität über Erfahrungsreichtum und die Zeit, die sie schon in Kenia verbracht haben. Ich habe bereits in Kapitel 4.2.1. erwähnt, dass die Reiseleiter und Guides aus Europa oft durch eigene Reisen auf Kenia aufmerksam wurden und so begeistert waren von dem

Land, dass sie ihre eigenen kleinen Reiseunternehmen aufmachten. Sie wurden überzeugt von der Infrastruktur des *Safari-Kenias* und sind nun selber Teil des Ganzen, um es wiederum an andere weiterzugeben. Sie beschreiben es als eine Art Berufung, die Freiheit und das positive Lebensgefühl, die sie selber in Kenia kennen gelernt haben, an neue Reisende weiterzugeben.

Für die kenianischen Guides gilt, dass ich während meiner Forschung nur männliche Guides kennengelernt habe. Auch wenn ich keine Statistik über die Geschlechterverteilung innerhalb dieser Berufsgruppe vorzeigen kann, so vermute ich, dass dies keine zufällige Verteilung war, sondern dass es eine starke männliche Dominanz innerhalb der gesamten Branche gibt.

Neben den Guides, die die Reisenden auf ihrer gesamten Safaritour begleiten, gibt es vor Ort jeweils lokale Guides, die für bestimmte Aktivitäten gebucht werden, da sie die jeweiligen lokalen Gegebenheiten besser kennen. Verschiedene Institutionen bieten Ausbildungen und Lehrgänge für Tourguides an, darunter auch der KWS. Diese sind aber oft sehr teuer, so dass sich die meisten lokalen Guides, mit denen ich am Naivashasee gesprochen habe, eine solche Qualifizierung nicht leisten konnten. Bei ihnen galt eher das Prinzip *learning by doing*.

Recherchiert man im Internet, so findet man vor allem in Foren Kommentare über die Zufriedenheit der TouristInnen mit ihren Guides. Ich bin auf mehrere Kommentare gestoßen, in denen beschrieben wurde, dass Reisende ihre Tourguides nur als Wegführer und unwissend erfahren hätten. Meine GesprächspartnerInnen unter den TouristInnen waren hingegen alle sehr zufrieden und sogar begeistert von ihren Guides. Sie wurden als Menschen beschrieben, die Spaß daran hätten, den TouristInnen ihr Land näherzubringen. Sie könnten Fragen zu vielen Themen beantworten und wüssten auch sonst an den verschiedenen Orten viel zu erzählen, lautete das Urteil. Auf mein Nachfragen hin wurde mir erklärt, dass es sich vor allem um Wissen über Tiere, Dinge wie das kenianische Schulsystem oder auch die Schnittblumenindustrie am Naivashasee handele. In Bezug auf letzteres wurde den Reisenden erklärt, dass am Naivashasee Rosen und andere Blumen für den europäischen Markt gezüchtet würden und dass die Industrie vielen Menschen Arbeit gebe. Außerdem wurden die Guides als sehr entspannt beschrieben, auch in problematischeren Situationen wie Autopannen. In den Situationen, in denen ich die Guides und die Reisenden gemeinsam erlebte, herrschte eine ungezwungene und fröhliche Stimmung. Es wurde miteinander gescherzt und gelacht. Die Fröhlichkeit der Guides steckte die Reisenden an, die-

se wiederum übertrugen seine Fröhlichkeit auf eine ganze Bevölkerungsgruppe. Die Guides stehen (ähnlich wie das Servicepersonal) prototypisch für den *fröhlichen Kenianer*.

Die Guides sind nicht nur das bindende Glied zwischen den Einheimischen und dem Reiseland, sondern im Fall von Kenia und den organisierten Bussafaris sind sie Teil einer erzeugten Welt, dem *Safari-Kenia*. Zugleich sind sie ein Teil Kenias, bieten den TouristInnen Projektionsfläche, indem sie erstens der ständige Beweis für das *wahre Afrika* sind und zweitens in die Schauplätze der unberührten Natur, die Nationalparks, einführen. Was könnte unmittelbarer sein, als in Kenia die Tierwelt von einem Kenianer erklärt zu bekommen? Dabei greifen die Tourguides ebenso auf bestehende Bilder zurück wie auch die anderen Teile der *Safari-Infrastruktur*. Beispielsweise erzählen sie, dass der Hell's Gate Nationalpark für den Disney Film *König der Löwen* Modell gestanden hat. Indem hier der Inhalt dieses Films aufgegriffen wird, wird das Bild der menschenleeren Savanne wieder ein Stück verfestigt und bekommt eine erweiterte Basis. Den Guides ist bewusst, was die TouristInnen in Kenia suchen und genau das wollen sie ihnen auch präsentieren. Die Antworten auf meine Frage, „Was willst du den Touristen von Kenia zeigen und näher bringen?“, deckten sich mit den Antworten der TouristInnen auf die Frage, was sie in Kenia sehen wollen. Die Guides beschrieben mir die kenianische Tierwelt, die auf dem ganzen Kontinent einzigartig sei, die szenische Landschaft und die Wildnis. Auch in Bezug auf die Massai deckte sich das Bild der Guides teilweise mit dem der Reisenden. Durchweg wurden sie als wunderschöne Menschen beschrieben, die immer noch wie vor 100 Jahren leben würden und sich nicht wie die anderen Bevölkerungsgruppen in Kenia an die Moderne angepasst hätten.

In den Gesprächen mit den Guides stellte sich heraus, dass sie es für sehr wichtig erachten, sich auf die europäischen Gäste einzustellen. Pünktlichkeit und ein anderes Englisch, als sie sonst zu nutzen pflegen, gehören dazu. Diese Aspekte eines seriösen Auftretens würden es den TouristInnen leichter machen auf die Kompetenz der Tourguides zu vertrauen. Diese Fähigkeit, sich anpassen zu können, kann im Rahmen dieser Arbeit und angelehnt an Brian Larkin als *softe Infrastruktur* bezeichnet werden. Das Wissen um die Wünsche und die Ansprüche der TouristInnen an ihren Urlaub macht es den Guides möglich, Teil des *Safari-Kenias* zu sein. Es versetzt sie in die Lage, auf Nachfragen der Reisenden zufriedenstellend zu reagieren. Es bietet ihnen ein Einkommen und einen abwechslungsreichen Job und den TouristInnen die Erlebnisse, die sie sich erhoffen. Die TouristInnen bezahlen

viel Geld für ihren Urlaub und möchten für dieses auch etwas geboten bekommen. Das Auftreten der Guides spielt in Bezug darauf eine Rolle, die nicht zu unterschätzen ist.

Das heißt zusammengefasst und mit sehr technischen Begriffen umschrieben, dass die Funktion der Guides, die Reisenden durch das Land zu führen, unterstützt wird durch ihr äußeres Erscheinungsbild und ihr Auftreten. Ersteres weist sie durch die dunkle Hautfarbe als (vermeintlich) afrikanisch aus und letzteres ist wichtiger Bestandteil der sozialen Praxis, die während der Safari entsteht, indem sie Kontakt zu den Reisenden aufbauen und pflegen und dabei Wissen vermitteln und gute Laune ausstrahlen.

4.5. Naivashasee – nur ein Ort unter vielen Reisezielen

Wie nehmen die TouristInnen nun eine Gegend wahr, die – zählt man die wichtigsten Einflussfaktoren auf das Leben dort auf – nicht in die Welt des *Safari-Kenias* passt? Die örtlichen Bedingungen am Naivashasee fasse ich nun kurz zusammen, um einen Überblick zu bieten und dadurch beispielhaft aufzuzeigen, wie sich das *Safari-Kenia* und *ein Kenia* der Einheimischen konträr gegenüberstehen. Die Wirkungskraft des Vermittlungsprozesses spitzt sich am Naivashasee zu.

Aus historischer und wirtschaftlicher Perspektive ist das Gebiet ein sehr wichtiges für Kenia. Der Naivashasee, der 90 Kilometer von Nairobi entfernt im Rift Valley gelegen ist, gehört mit einer Fläche von 140 km² zu den größten Süßwasserseen Kenias. Vor der Kolonialzeit war das Gebiet vor allem von Massai bewohnt. Während der Kolonialzeit, im Rahmen derer die Briten eine aktive Siedlungspolitik betrieben, wurde das Gebiet um den See Teil eines Gebietes, das nach und nach fast vollständig unter – vorwiegend europäischen – SiedlerInnen aufgeteilt wurde. Schon bald bekam die Gegend, in der sie ihre Häuser und Farmen hatten und ihre Plantagen führten, den Namen *White Highlands*.⁹⁰ Mit dem Ende der Kolonialzeit 1963 wurde das gesamte Land der Highlands unter staatliche Aufsicht gestellt, um dann in einem zweiten Schritt wieder verkauft zu werden. Viele der SiedlerInnen kauften Teile ihres ehemaligen Besitzes zurück, so auch Lord Delamere, ein bekannter Name in ganz Kenia und vor allem am Naivashasee. Seit den 1970er Jahren nahm die Ansiedlung von Unternehmen des exportorientierten Gartenbaus stark zu. Mit dem Anbau von Schnittblumen und Gemüse für den europäischen Markt entstand ein großer

⁹⁰ Eine Reihe von SiedlerInnen wurde durch ihren ausschweifenden Lebensstil in Form von Drogenexzessen, Partys und für die Zeit ganz und gar unkonventionelle Beziehungsmodelle bekannt. Unter ihnen waren englische Adelsleute, wie Josslyn Hay, 22.nd Earl of Errol, die die große Distanz zum Heimatland nutzten, um den engen Grenzen der englischen Gesellschaft im beginnenden 20. Jahrhundert zu entfliehen. Noch heute sind sie unter dem Namen *Happy Valley Set* bekannt (Fox 1990).

Arbeitsmarkt für lokale ArbeiterInnen. Dieser zog und zieht Menschen aus ganz Kenia und den Nachbarländern auf der Suche nach Lohnarbeit in die Gegend. Die Bevölkerungszahlen sind in den letzten drei Jahrzehnten rasant gestiegen. Lebten 1969 43.867 Menschen in der Division Naivasha, so waren es 1999 158.679 und heute wird die Zahl auf ca. 250.000 geschätzt (Mireri 2005: 92). Die *Lake Naivasha Resource Water Users Association* (LANARWUA) gibt an, dass 50.000 Menschen direkt in der Gartenbauindustrie beschäftigt sind (persönliches Gespräch mit einem LANARWUA Mitarbeiter).

Schon zu Kolonialzeiten standen auch Hotels an den Ufern des Sees, wie der *Lake Naivasha Country Club*. Weitaus mehr sind jedoch in den letzten zwei bis drei Jahrzehnten gebaut worden.

Die Lebenssituation der Menschen rund um den See ist stark geprägt von den dort angesiedelten Wirtschaftszweigen. Sie leben in der Stadt Naivasha und in kleineren Siedlungen an der South Lake Road oder im Norden des Sees. Die meisten Menschen leben von ihrer Lohnarbeit, eigenes Land haben die wenigsten, da der größte Teil in den Händen von GroßgrundbesitzerInnen ist. Der Zugang zum See ist mit dem Anwachsen der industriellen Agrarwirtschaft und den vielen Hotels sehr limitiert und für die Einheimischen nur an wenigen Stellen möglich. Die Wasserversorgung hat mit dem schnellen Bevölkerungswachstum nicht Schritt gehalten und für viele BewohnerInnen ist der Zugang zu sauberem Wasser nicht gesichert. Die einfachen ArbeiterInnen arbeiten oft unter prekären Bedingungen für einen geringen Lohn in den Gewächshäusern und Kühllagern der Blumenfarmen. Trotzdem stellt der Ort für viele einen Ort der Hoffnung dar, an den sie die Erwartung stellen, dass er ihnen die Möglichkeit gibt, ihre persönlichen Lebensziele zu verwirklichen. Zu diesen Zielen gehören beispielsweise eine gute Schulbildung für ihre Kinder und Unabhängigkeit von ihrem Elternhaus; Ziele, für die Geld benötigt wird. Diese Erwartungen erfüllen sich nur in mancherlei Hinsicht.⁹¹ Für die Massai und ihre Viehherden stellt der kleiner werdende Zugang zum See ein Problem besonderer Tragweite dar. Den *Edlen Wilden* der Safari-Träume wird am Naivashasee die Lebensgrundlage für ihre Lebensweise genommen. Das Gebiet um den Naivashasee kann vor diesem Hintergrund mitnichten als unberührte Natur oder gar Garten Edens bezeichnet werden. Für die Einheimischen sind ganz andere Aspekte in Bezug auf die Gegend um den See von Bedeutung als für die TouristInnen. Der Raum um den See besteht aus verschiedenen subjektiv wahrgenommenen Orten. Aber wie sehen das die TouristInnen?

⁹¹ Eine ausführlichere Beschreibung der Lebenssituation der MigrantInnen am Naivashasee ist nicht Thema dieser Arbeit. Siehe dazu: Kunas 2011 und Lang 2012.

Im Interview mit meinen GesprächspartnerInnen stellte ich fest, dass sie ihren Aufenthalt am Naivashasee in den Kontext ihrer gesamten Reise stellen. Was ihr Bild vom See am meisten prägt, sind nicht die Gewächshäuser oder die langen Zäune, die die verschiedenen Grundstücke voneinander abgrenzen und den Pastoralnomaden den Zutritt verweigern sollen. Vielmehr sind es die Bootstouren auf dem See, bei denen sie Hippos und Pelikane sehen, die ihnen als besonderes Highlight in Erinnerung bleiben. Auf dem Weg von ihrer Unterkunft zum Hell's Gate Nationalpark oder zu Crescent Island nehmen sie Gewächshäuser wahr und reden auch mit ihren Guides über ihren Sinn und Zweck. Einige äußerten sich empört über die schlechten Arbeitsbedingungen, von denen sie gehört hatten, andere freuten sich, dass der Großteil der Blumen nach Europa exportiert wird. Diese Begebenheiten sind jedoch nicht zentral für die kognitiven Karten, die sie von dieser Gegend erstellen. Auf die Frage, was sie nach der Reise zuhause ihren FreundInnen vom See erzählen würden, wurden an erster Stelle die beeindruckenden Hippos genannt, gefolgt von den schönen Hotels. Besonders geschwärmt haben meine GesprächspartnerInnen ebenfalls vom Hell's Gate Nationalpark. Da in diesem Park schon seit einiger Zeit keine größeren Raubtiere mehr leben, ist er zu Fuß oder mit dem Fahrrad zu durchfahren. Detailliert beschrieben sie mir die schönen Felsformationen, die die Tiere vor einer einmaligen Kulisse zeigen würden, und die Wanderung durch die Schlucht. Diese wurde als schöner, wenn auch anstrengender, Ausflug beschrieben. Auf Händen und Füßen müsste man durch die Natur klettern, was eine schöne Abwechslung zu den Busfahrten darstelle.

Ihr Gesamteindruck deckt sich auf Grund der vermittelnden Arbeit, die von der konstruierten Infrastruktur geleistet wird, in weiten Teilen mit den bekannten Bildern. Neues wird aufgenommen und hier und da werden die eigenen Stereotype als solche erkannt und kritisch hinterfragt, aber dieser Prozess ist nicht so elementar, dass das gesamte Keniabild ins Wanken kommt. Es werden die vielen Menschen, die am Straßenrand unterwegs sind, wahrgenommen, und auch die kleinen Marktstände. Aufgrund ihrer vermeintlichen Unwirtschaftlichkeit werden diese zu Symbolen der Armut gemacht, obgleich sie für die stolzen BesitzerInnen ein unabhängiges Einkommen sichern. Für die Einheimischen stellt der See eine entscheidende Lebensgrundlage vor Ort dar. Ohne ihn wäre weder die Tourismusbranche, noch der Gartenbausektor oder eine andere Form von Agrarwirtschaft möglich. Im Gespräch erkennen viele TouristInnen diese Tatsache und damit auch die Problematik der Endlichkeit des Wasservorrats im See. Ihr Fokus während des Urlaubs liegt jedoch eher auf der optischen Schönheit dieses Sees und seiner Tierwelt. Ihr Urlaub ist durch die

gesamte *Safari-Infrastruktur* so angelegt. Negative Bilder werden von der heilen Welt des *Safari-Kenias* kompensiert. Die Narrative des gesamten Vermittlungsprozesses sind so stark, dass noch nicht einmal eklatant aus dieser Rahmung herausfallende Erfahrungen zu ihrer allgemeinen Revision führen.

5. Schlussbemerkung und Ausblick

Medien bestehen aus vielen Aspekten, die gemeinsam ein großes System bilden. Sie haben politische, ökonomische, kulturelle und ebenso soziale Dimensionen und sind dynamisch. Bei einer Reise ist dies ähnlich, auch sie setzt sich aus verschiedenen Komponenten zusammen. Das bedeutet, dass es schwer ist, all diesen Komponenten gleichermaßen gerecht zu werden – oft kann nur ein Ausschnitt betrachtet werden. Auch in dieser Arbeit habe ich eine ganz spezielle Perspektive auf organisierte Bussafaris in Kenia eingenommen. Ich habe das Zusammenspiel von durch Medien vermittelten Bildern und Erlebtem während der Reise betrachtet und in einen historischen Kontext gesetzt. Dabei habe ich untersucht, inwiefern ein Wandel der Bilder innerhalb dieser Touren möglich ist und geschieht.

Innerhalb der organisierten Bussafaris haben die TouristInnen kaum die Möglichkeit die Bilder in ihren Köpfen zu revidieren – sie werden eher bestätigt. Diese Bestätigung ist zu großen Teilen strukturell bedingt. Dadurch, dass der Vermittlungsprozess schon vor dem Urlaub beginnt und während der Reise aufrecht erhalten wird, haben die TeilnehmerInnen organisierter Bussafaris kaum die Möglichkeit, Erfahrungen außerhalb dieser Strukturen zu machen. Die Anwendung der Konzepte der drei Autoren Larkin, Bolter und Grusin ermöglicht es, die einzelnen Komponenten, die die Bussafari in Kenia konstituieren, als Teile eines Prozesses zu betrachten. Dies ermöglicht eine Analyse des gesamten Vermittlungsprozesses als *Safari-Kenia*, das sich aus den technischen Medien und der Infrastruktur vor Ort zusammensetzt. Diese beiden Ebenen des Vermittlungsprozesses sind über die Logik der *Remediation* miteinander verknüpft. Damit zeigt sich, dass eine Erweiterung der beiden medientheoretischen Konzepte *Infrastruktur* und *Remediation* im Kontext der Untersuchung von Nutzen ist. Dabei sind die Reisenden nicht nur passive KonsumentInnen der vermittelten Bilder, sondern tragen ebenso aktiv zur weiteren Zirkulation derselben bei, indem sie beispielsweise in Internetforen oder Gästebüchern von ihren Erfahrungen berichten.

Der Vermittlungsprozess, der den TouristInnen ihr erhofftes *Safari-Kenia* präsentiert, wird durch verschiedene Faktoren begünstigt. Zum einen hat die Tourismusindustrie ge-

merkt, dass sich dieses Bild des *Safari-Kenias* gut für ihre Zwecke verkaufen lässt. Sie profitieren von der Zufriedenheit ihrer KundInnen. Zum anderen wird der Vermittlungsprozess von verschiedenen Narrativen gefördert. Diese Narrative geben einerseits vor, was wo gesehen und wie interpretiert werden muss, und setzen davon ausgehend ebenso den Rahmen für die Abwägung von Risiken und Gefahren. Das Erlebte wird mit dem eigenen Wissen verglichen, wodurch einzelne Bilder oder ganze Narrative Bestätigung finden. Das Gesehene wird aufgrund von Bekanntem in Kategorien eingefügt. Diese Kategorien zählen vielfach zu banalen Alltagskategorien (nach Hannam und Knox 2010), die durch viele Medienformate unterstützt werden. Das bedeutet nicht, dass es nicht auch neue Medientechniken oder ebenso Medienformate gibt, die alternative Deutungsmuster begünstigen oder vorschlagen. Für diese alternativen Deutungsmuster sind die verschiedenen Reisenden unterschiedlich empfänglich. Ebenso sind die Erfahrungen, die sie machen, und ihre Interpretationen unterschiedlich. Was beispielsweise für einen Menschen eine unmittelbare Erfahrung durch die Medien oder während der Reise sein kann, ist für einen anderen eher eine offensichtliche *Hypermediacy*. Bei der jeweiligen Bewertung spielen kulturelle, soziale aber auch die Generation betreffende Kriterien eine Rolle. An dieser Stelle stößt das Modell, welches das *Safari-Kenia* als Vermittlungsprozess fasst, an seine Grenzen. Es gibt nur begrenzt Möglichkeiten, auf die individuelle Reflexion der TouristInnen bezüglich der vermittelten Bilder und ihrer Interpretation einzugehen. Denn obwohl die vorliegende Untersuchung zu dem Ergebnis kommt, dass der Vermittlungsprozess sehr stark ist, bleibt geringer Raum für abweichende Erlebnisse während der Reise, die vom Konzept des Vermittlungsprozesses nicht erfasst werden können. Diese Lücke muss durch weitere Forschungen geschlossen werden. Ansätze dafür bieten die Ideen Nortons (1996) zu den touristischen Erfahrungen während ihren Reisen in Ostafrika.

Das Erleben von *Hypermediacy* kann hinsichtlich technischer Medien und auch während der Reise eine reale Erfahrung sein. So kommen die beiden Begriffe *Hypermediacy* und *Immediacy* bei dem Wunsch nach direkter authentischer Erfahrung zusammen. Denn selbst für BesucherInnen, denen die vermittelnden Instanzen, die Infrastruktur, innerhalb ihrer Reise zu präsent sind, stellt die Reise eine reale Erfahrung dar. Der zu Anfang erwähnte Spruch eines Reiseunternehmens, *real life experiences*, ist also erst einmal kein leeres Versprechen. Es werden echte Lebenserfahrungen gemacht. Zentral ist jedoch bei der Betrachtung der organisierten Bussafaris, dass den TouristInnen ein Kenia geboten wird, das so nur für sie konstruiert wurde. Obwohl die Reiseunternehmen ankündigen, das

ursprüngliche Afrika zugänglich zu machen, bieten sie lediglich ein Afrika, wie es von vielen AusländerInnen beschrieben wurde. Es wäre dennoch falsch, den BesucherInnen abzusprechen, das ‚echte Kenia‘ (welches sowieso nur in Anführungszeichen zu denken ist) erlebt zu haben, denn die Tourismusindustrie ist ein Teil des heutigen Kenias. So wie andere vermittelnde Instanzen, kurz Medien, gleichzeitig Realität vermitteln und ebenso durch ihren hybriden Charakter Realität sind, nimmt das *Safari-Kenia* seinen Platz in Kenia ein, mit vielen Auswirkungen nicht nur für die Reisenden selber, sondern auch für das Land und die Bevölkerung. Aber diese Realität hat – trotz ihres Einflusses auf die Einheimischen – im Ablauf des Reisealltags wenig mit dem Alltag der meisten KenianerInnen gemeinsam.

Dass viele der beschriebenen Bilder über lange Zeit aufrecht erhalten bleiben, heißt nicht, dass sie sich nicht ändern. Es ist jedoch mehr Zeit nötig, bis sich die den Bildern zugrunde liegenden Strukturen wandeln. Eine Reise in ein fernes Land kann dazu beitragen, diese Strukturen ins Wanken zu bringen. Eine organisierte Bussafari ist dafür aber sicherlich nicht die beste Reiseform. Vielen TouristInnen ist das jedoch nicht bewusst. Sie wollen sehen, „wie es wirklich ist“ in Afrika – wie Maria es ausdrückte und wie es die Werbesparten der Reiseanbieter versprechen.

Aber auch die Tourismusbranche kann sich ändern bzw. verändert sich stetig. Sie ist allgemein heterogener, als es innerhalb dieser Arbeit dargestellt worden ist. So wurde in den letzten Jahren beispielsweise der Fokus in Kenia (aber auch an vielen anderen Orten der Welt) verstärkt auf sogenannten Ökotourismus gelegt. Das Konzept proklamiert ein Reisen, das nicht nur den Wünschen der TouristInnen entspricht, sondern das ebenso im Einklang mit dem Erhalt der Natur und ihrer Ressourcen stehen soll. Es wäre interessant zu untersuchen, wie sich diese Entwicklung in der Tourismusbranche in Kenia auswirkt. Es ist die Aufgabe weiterer Forschungen zu ermitteln, ob damit neue Vermarktungstechniken und hiermit zusammenhängende Bilder oder sogar neue Erlebnisse für die TouristInnen einhergehen.

Abschließend ist zu sagen, dass, unabhängig von neueren Entwicklungen sowohl im Bereich der technischen Medien als auch der Infrastrukturen, der Vermittlungsprozess und die darin zirkulierenden Bilder weiterhin maßgeblich den Kulturkontakt innerhalb des touristischen Kenias prägen und somit einen Einfluss auf das Bild Kenias in Deutschland haben. Damit spielen die Bilder, die im Urlaub gefestigt werden, auch über den Kontext der Reise hinaus eine Rolle. Ihre Wirkungskraft ist nicht zu unterschätzen, wie es das folgende Zitat

eines französischen Wissenschaftlers auf den Punkt bringt: „[...] l'idée que nous nous faisons d'un autre peuple ait plus d'importance pour nos relations avec lui que la réalité même de ses comportements.” (Miroglio, zitiert in Steins 1972: 13)

6. Quellenverzeichnis

Verzeichnis der Internetquellen

- Camp Carnelley's
<http://www.campcarnelleys.com/>, letzter Zugriff: 8.12.2011.
- Crescent Island
<http://www.crescentisland.co>, letzter Zugriff: 8.12.2011.
- Elsamere
<http://www.elsatrust.org/>, letzter Zugriff: 8.11.2011.
- Fisherman's Camp
<http://www.fishermanscamp.com>, letzter Zugriff: 8.12.2011.
- Kenya National Bureau of Statistics
<http://www.knbs.or.ke/sectoralreports.php>, letzter Zugriff: 1.12.2011.
- Kenya Wildlife Service
<http://www.kws.org>, letzter Zugriff: 2.12.2011.
- Ministry of Tourism, Kenya
<http://www.tourism.go.ke/>, letzter Zugriff: 17.11.2011.
- Urlaubsbewertungsportal
<http://holidaycheck.de>, letzter Zugriff: 18.11.2011.
- Reiseunternehmen: Reise Kontor Schmidt
<http://www.keniaferien.de/safari/index.php5>, letzter Zugriff: 23.11.2011.
- Reiseunternehmen: Karibu Kenia Safaris
<http://www.karibu-kenia-safari.de/index.html>, letzter Zugriff: 23.11.2011.
- Reiseunternehmen: Auf Safari
<http://www.aufsafari.de/>, letzter Zugriff: 23.11.2011.
- Sopa Lodge
<http://www.sopalodges.com/naivasha/home.html>, letzter Zugriff: 8.12.2011.
- Tourismusmesse Kenia
<http://www.magicalKenya.com>, letzter Zugriff: 2.12.2011.
- Wilderness Lodges
<http://www.wildernesslodges.co.ke/wildernesslodges.html>, letzter Zugriff: 7.12.2011.
- World Tourism Organization
<http://unwto.org/>, letzter Zugriff: 1.12.2011.

Bibliographie

- Adams, Jonathan S. und McShane, Thomas, O.
1996 The Myth of Wild Africa. Conservation without Illusion. Berkeley, u.a.: University of California Press.
- Alberti, Leon Battista
1972 On Painting. London: Penguin Books.
- Arndt, Susan und Hornscheidt, Antje
2004 Afrika und die deutsche Sprache: ein kritisches Nachschlagewerk. Münster: Unrast.
- Baumhackl, Herbert (Hg.)
2006 Tourismus in der „Dritten Welt“. Zur Diskussion einer Entwicklungsperspektive. Wien: Promedia.

- Berman, Bruce und Lonsdale, John
 1992 Unhappy Valley: Conflict in Kenya and Africa. 2 Bände. London: James Curry, u.a.
- Bernard, Harvey Russel
 2000 Social Research Methods. Qualitative and Quantitative Approaches. Thousand Oaks, u.a.: SAGE.
- Bollig, Michael
 2009 Introduction. Visions of Landscapes: An Introduction, in: Michael Bollig und Olaf Bubenzer (Hg.): African Landscape. Interdisciplinary Approach. New York: Springer, S. 1-31.
- Bolter, Jay David und Grusin, Richard
 2000 Remediation. Understanding New Media. Cambridge, London: The MIT Press.
- Broch-Due, Vigdis
 2000 Producing Nature and Poverty in Africa: An Introduction. In: Vigdis Broch-Due und Richard Schroeder (Hg.): Producing nature and poverty in Africa. Stockholm: Nordiska Afrikainstitutet, S. 9-52.
- Bruckner, Pascal und Finkielkraut
 1994 Ihr seid Beförderungsgut, ich bin Reisender – Vergebliche Versuche der Abgrenzung, in: Gruppe neues Reisen (Hg.), Reisebrief: Schriften zur Tourismuskritik. Massentourismus - Ein reizendes Thema. Band 23. Hannover: Hahn-Druckerei.
- Bruner, Edward M.
 2001 The Maasai and the Lion King: Authenticity, Nationalism, and Globalization in African Tourism, in: American Ethnologist 28(4), S. 881-908.
- Bruner, Edward M. und Kirshenblatt-Gimblett, Barbara
 1994 Maasai on the Lawn: Tourist Realism in East Africa, in: Cultural Anthropology 9(4), S. 435-470,
- Burns, Peter M.
 2002 An Introduction to Tourism and Anthropology. New York: Routledge.
- Chambers, Erve
 2000 Native Tours. The Anthropology of Travel and Tourism. Illinois: Waveland Press.
- Coman, Mihai und Rothenbuhler, Eric W. (Hg.)
 2005 Media Anthropology. Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE.
- Conzen, Michael P.
 1990 The Making of the American Landscape. New York: Harper Collins Academic.
- Do Mar Castro Varela, Maria und Dhawan, Nikita
 2005 Postkoloniale Theorie – Eine kritische Einführung. Bielefeld: transcript.
- Diekmann, Andreas
 2010 Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Draesner, Ulrike
 2010 Nachwort, in: Tania, Blixen. Jenseits von Afrika. Zürich: Manesse, S. 401-413.
- Edgerton, Samuel
 1975 The Renaissance Rediscovery of Linear Perspective. New York: Basic Books.
- Erlmann, Veit
 2004 But what of the Ethnographic Ear? Anthropology, Sound, and the Senses, in: Veit Erlmann (Hg.), Hearing Cultures. Essays on Sound, Listening and Modernity. Oxford, New York: Berg.
- Fox, James
 1990 (1982). Weisses Verhängnis. Die Letzten Tage in Kenya. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

- Frost, Warwick und Hall, Michael C.
 2009 Introduction. The Making of the National Parks Concept, in: Warwick Frost und Michael Hall (Hg.), *Tourism and National Parks. International Perspectives on Development, Histories and Change*. London, New York: Routledge, S. 3-15.
- Ginsburg, Faye D.; Abu-Lughod, Lila und Larkin, Brian
 2002 Introduction, in: Faye D. Ginsburg, Lila Abu-Lughod und Brian Larkin (Hg.): *Media Worlds. Anthropology on New Terrain*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press, S. 1–29.
- Goffman, Erving
 1959 *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday.
- Gutiérrez Rodríguez, Encarnación
 2003 Repräsentation, Subalternität und postkoloniale Kritik, in: Steyerl Hito (Hg.), *Spricht die Subalterne deutsch? Migration und postkoloniale Kritik*. Münster: Unrast Verlag, S. 17-37.
- Graburn, Nelson H. H.
 1978 *Tourism. The Sacred Journey*, in: Valene L. Smith (Hg.), *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*. Oxford: Basil Blackwell, S. 17–31.
- Graham, Stephen und Marvin, Simon
 2001 *Splintering Urbanism: Networked Infrastructures, Technological Mobilities and the Urban Condition*. London, New York: Routledge.
- Greer, Charles; Donnelly, Shanon und Rickly, Jillian M.
 2008 *Landscape Perspective for Tourism Studies*, in: Knudsen et al. (Hg.), *Landscape, Tourism and Meaning*. Hampshire, Burlington: Ashgate, S. 9-18.
- Gruppe neues Reisen (Hg.)
 1994 *Reisebrief: Schriften zur Tourismuskritik. Massentourismus - Ein reizendes Thema. Band 23*. Hannover: Hahn-Druckerei.
- Hannam, Kevin und Knox, Dan
 2010 *Understanding Tourism. A Critical Introduction*. Los Angeles, London, u.a.: SAGE.
- Hanssen, Björg Lien
 1998 *Values, Ideology and Power Relations in Cultural Landscape Evaluations*. Bergen: Department of Geography, University of Bergen.
- Hirsch, Eric
 1995 *Landscape: Between Place and Space*, in: Hirsch, Eric und O'Hanlon, Michael (Hg.), *The Anthropology of Landscape. Perspectives on Place and Space*, Oxford: Clarendon Press, S. 1-30.
- Ingold, Tim
 2000 *The Perception of the Environment: Essays in Livelihood, Dwelling and Skill*. London: Routledge.
- Jay, Martin
 1993 *Downcast Eyes: The Denigration of Vision in Twentieth-Century French Thought*. Berkeley: University of California Press.
- Knudsen, Daniel C.; Metro-Roland, Michelle M.; Scoper, Anne K. und Greer, Charles E.
 2008 *Landscape, Tourism and Meaning: An Introduction*, in: Daniel Knudsen et al. (Hg.), *Landscape, Tourism and Meaning*. Hampshire, Burlington: Ashgate, S. 1-7.
- Kunas, Hanna
 2011 „Dies ist nur ein Ort zum Arbeiten.“ Zur Lebenswelt von Migrant_innen am Naivasha, Kenia. Unveröffentlichte Magisterarbeit am Institut für Ethnologie, Universität zu Köln.

- Lagaay, Alice and Lauer, David (Hg.)
 2004 Medientheorie. Eine philosophische Einführung. Frankfurt a. M., u.a.: Campus-Verlag.
- Lang, Britta
 2012 „Next Year we will Vote in our Place.“ Impacts of Post-election Violence on Lifeworlds in a Multi-ethnic Workers' Settlement in Naivasha, Kenya. Unveröffentlichte Diplomarbeit an der Universität zu Bonn.
- Larkin, Brian
 2008 Signal and Noise. Media, Infrastructure, and Urban Culture in Nigeria. Durham: Duke University Press.
- Latour, Bruno
 1993 We have never been modern. New York, u.a.: Harvester Wheatsheaf.
- Leach, E.
 1961 Rethinking Anthropology. London: Athlone Press, University of London.
- Leakey, Richard
 2001 Wildlife. Ein Leben für die Elefanten. Frankfurt a.M.: S. Fischer.
- Luig, Ute und von Oppen, Achim
 1997 Landscape in Africa: Process and Vision. An Introductory Essay, in: Paideuma: The Making of African Landscape 43, S. 7-45.
- Meyns, Peter
 2004 Neokolonialismus, in: Jacob E. Mabe (Hg.), Das Afrika Lexikon. Ein Kontinent in 1000 Stichwörtern. Stuttgart: Metzler, S. 444.
- MacCannell, Dean
 1999 The Tourist. A New Theory of the Leisure Class. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
- McLuhan, Marshall
 2002 The Medium is the Message, in: Kelly Askew und Richard Wilk (Hg.), The Anthropology of Media, Malden, Mass. u.a.: Blackwell, S. 18-26.
- Miroglio, Abel
 1958 La Psychologie des Peuples. Paris: P.U.F.
- Mireri, Caleb
 2005 Challenges Facing the Conservation of Lake Naivasha, Kenya. Online verfügbar unter: <http://www.uni-siegen.de/fb10/fwu/www/publikationen/volume0305/pdf/mireri.pdf>, letzter Zugriff: 9.11.2011.
- Norton, Andrew
 1996 Experiencing Nature: The Reproduction of Environmental Discourse Through Safari Tourism in East Africa, in: Geoforum 27(3), S. 355-373.
- Panofsky, Erwin
 1991 Perspective as Symbolic Form. New York, u.a.: Zone Books, u.a.
- Poenicke, Anke
 2001 Afrika in deutschen Medien und Schulbüchern. Konrad-Adenauer-Stiftung e.V. (Zukunftsforum Politik, 29).
- Robbins, Paul
 2004 Political Ecology. Oxford, u.a.: Blackwell.
- Rössler, Martin
 2009 The Anthropological Study of Landscape, in: Michael Bollig und Olaf Bubenzer (Hg.): African Landscape. Interdisciplinary Approach. New York: Springer, S. 297-322.
- Said, Edward
 1978 Orientalism. New York: Pantheon Books.

- Scheyvens, Regina
 2002 Tourism for Development: Empowering Communities. Harlow. u.a.: Prentice Hall.
- Simth, Valene L. (Hg.)
 1978 Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism. Oxford: Basil Blackwell.
- Smith, Valene L. und Maryann Brent (Hg.)
 2001 Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century. New York, u.a.: Cognizant Communication Corporation.
- Steins, Martin
 1972 Das Bild des Schwarzen in der europäischen Kolonialliteratur 1870-1918. Frankfurt a.M.: Thesen Verlag.
- Strüven, Anke
 2009 Grundlagen und zentrale Begriffe der Foucault'schen Diskurstheorie. In: George Glasze und Annika Mattissek (Hg.), Handbuch Diskurs und Raum. Theorien und Methoden für die Humangeographie sowie die sozial- und kulturwissenschaftliche Raumforschung. Bielefeld: transcript.
- Swift, Jeremy
 1996 Desertification. Narratives, Winners and Losers, in: Melissa Leach und Robin Mearns (Hg.): The Lie of the Land. Challenging Received Wisdom on the African Environment. Oxford: International African Institute u.a., S. 72-90.
- Tim, Ingold
 2000 The Perception of the Environment. Essays in Livelihood, Dwelling and Skill. London, New York: Routledge.
- Urry, John
 1992 The Tourist Gaze and the 'Environment', in: Theory, Culture Society 9(1), S. 1-26.
 2002 The Tourist Gaze. London: SAGE.
- Vorlaufer, Karl
 1996 Tourismus in Entwicklungsländern. Möglichkeiten und Grenzen einer nachhaltigen Entwicklung durch Fremdenverkehr. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Reisekataloge

- Meier's Weltreisen. Der Spezialist für alles Ferne: Afrika Winter 2010/2011.
 Horizont Fernreisen: Afrika 2011. Bochum.
 Diamir. Erlebnissreisen: Amerika, Afrika, Asien, Australien, Europa 2011. Dresden.

Romane

- Adamson, Joy
 2002 Frei geboren. Die Geschichte der Löwin Elsa. München: Wilhelm Heyne Verlag.
 [(1966): The Story of Elsa, London: Collins and Harvill Press].
- Blixen, Tania
 2010 Jenseits von Afrika. Zürich: Manesse. [Dinesen, Isak (1937): Out of Africa, London: Putnam].
- Gallmann, Guki
 2008 Ich träumte von Afrika. München: Knaur-Taschenbuch-Verlag.
- Hachfeld-Tapukai, Christina
 2004 Mit der Liebe einer Löwin. Wie ich die Frau eines Samburu-Kriegers wurde. Bergisch Gladbach: Bastei Lübbe.

Hemingway, Ernest

1964 Die grünen Hügel Afrikas. Hamburg: Rowohlt. [(1936): Green Hills of Africa. New York: Charles Scribner's Sons].

Hofmann, Corinne

1998 Die weiße Massai. München: A-1-Verlag.

Marcianos, Francesca

2004 Himmel über Afrika. München: Goldmann. [(1998): Rules of the Wild. London: Jonathan Cape].

Mtawa, Nicole

2009 Sternendiebe. Mein Leben in Afrika. München: Knaur-Taschenbuch-Verlag.

Zweigs, Stefanie

2000 Karibu heißt willkommen. Roman aus Afrika. München: Langen Müller.

KÖLNER ETHNOLOGISCHE BEITRÄGE
HERAUSGEGEBEN VON MICHAEL J. CASIMIR

- HEFT 1** **BABET NAEFE 2002**
Die Kormoranfischer vom Erhai-See
Eine südwest-chinesische Wirtschaftsweise im Wandel
- HEFT 2** **ANNIKA WIEKHORST 2002**
Die Verwendung von Pflanzen in der traditionellen Medizin bei drei Baka
Gruppen in Südost Kamerun
- HEFT 3** **IRENE HILGERS 2002**
Transformationsprozeß im Norden Kirgistans
Sozio-ökonomischer Wandel am Beispiel eines Dorfes
- HEFT 4** **BRITTA FUCHS 2002**
Wenn der Muezzin rufen will
Diskurse über ein Moscheebauprojekt im Kölner Stadtteil Chorweiler
- HEFT 5** **KERSTIN HADJER 2003**
Illegalisierte Identitäten
Auswirkungen der Sans Papiers-Problematik auf den Alltag
afrikanischer Migranten in Pariser Wohnheimen (Foyers)
- HEFT 6** **FLORIAN STAMMLER 2003**
Überlebensstrategien im postsozialistischen Russland
Das Beispiel der rentierzüchtenden Chanty und Nentsy in
Nordwestsibirien
- HEFT 7** **CLAUDIA LIEBELT 2003**
Die Wasserwirtschaft im südmarokkanischen Dratal im Spannungsfeld
von lokaler und staatlicher Ressourcenkontrolle
- HEFT 8** **NADIA CORNELIUS 2003**
Genese und Wandel von Festbräuchen und Ritualen
in Deutschland von 1933 bis 1945
- HEFT 9** **HENRICA VAN DER BEHRENS 2003**
Gartenbau der Himba
Ackerbauliche Bodennutzung einer pastoralnomadischen Gruppe im
Nordwesten Namibias und Wandel von Festbräuchen und Ritualen
- HEFT 10** **TOBIAS SCHMIDTNER 2004**
Ressourcenmanagement und kollektives Handeln
Wirtschaft und soziale Organisation bei einer Gemeinschaft
namibianischer small miners in der Erongo-Region
- HEFT 11** **NATASCHA GARVIN 2004**
„La vara es recta, no es torcida“
Der Alcalde Auxiliar als lokale Autorität in einer indigenen Gemeinde
Guatemalas
- HEFT 12** **SEBASTIAN T. ELLERICH 2004**
Der Yaqona-Markt in Fidschi
Zustand, Probleme, Bemühungen

KÖLNER ETHNOLOGISCHE BEITRÄGE
HERAUSGEGEBEN VON MICHAEL J. CASIMIR

- HEFT 13** **ANNE SCHADY 2004**
"Community Participation" and "Peer Education"
A critique of key-concepts in HIV/AIDS prevention in Swaziland
- HEFT 14** **THEKLA HOHMANN 2004**
Transformationen kommunalen Ressourcenmanagements im Tsumkwe
Distrikt (Nordost-Namibia)
- HEFT 15** **BETTINA ZIESS 2004**
Weide, Wasser, Wild.
Ressourcennutzung und Konfliktmanagement in einer Conservancy im
Norden Namibias.
- HEFT 16** **DEIKE EULENSTEIN 2004**
Die Ernährungssituation und Ernährungsweise in der DDR
(1949-1989) und die Veränderungen nach der Wiedervereinigung am
Beispiel Thüringens
- HEFT 17** **SONJA GIERSE-ARSTEN 2005**
CHRIST CRUSHES HIV-CRISIS
Umgang namibischer Pfingstkirchen mit der HIV/AIDS Epidemie
- HEFT 18** **JANA JAHNKE 2006**
Lokale Interessen, Staatlichkeit und Naturschutz
in einem globalen Kontext
Untersuchung eines Projektes der Weltbank zur Einrichtung von
geschützten Gebieten in Peru mit Management durch indigene
Bevölkerungsgruppen
- HEFT 19** **MONIKA ZÍKOVÁ 2006**
Die kulturspezifische Formung des Gefühls
Japan im interkulturellen Vergleich
- HEFT 20** **BJÖRN THEIS 2006**
DISKRETION UND DIFFAMIE
Innensicht und Fremdbild am Beispiel der Freimaurerei
- HEFT 21** **LAURA E. BLECKMANN 2007**
Zur Verräumlichung kollektiver Erinnerung
Landschaften in Preisgedichten der Herero/Himba
im Nordwesten Namibias
- HEFT 22** **SUSANNE HVEZDA 2007**
Wasser und Land im klassischen islamischen Recht
unter besonderer Berücksichtigung der mālikitischen
Rechtsschule
- HEFT 23** **SILKE TÖNSJOST 2007**
Plants and Pastures
Local knowledge on livestock - environment relationships among
OvaHerero pastoralists in north - western Namibia

KÖLNER ETHNOLOGISCHE BEITRÄGE
HERAUSGEGEBEN VON MICHAEL J. CASIMIR

- HEFT 24** **TAIYA MIKISCH 2007**
Stolz und Stigma
Tanz und Geschlechterrollen in Zagora, Südmarokko
- HEFT 25** **FRANZISKA BEDORF 2007**
We don't have a culture
"Being coloured" in Namibia als Konstruktion und Praxis
- HEFT 26** **FRANK WILDAUER 2007**
Zur Genese ethnischer Konflikte
Die Konkomba-Kriege im Norden Ghanas
- HEFT 27** **MARTIN BÖKE 2008**
Die Rolle der Emotionen im traditionellen chinesischen Medizinsystem
- HEFT 28** **NICOLAI SPIEB 2008**
Die Tempel von Khajuraho (Indien) und ihre erotischen Skulpturen
in den Augen ihrer Betrachter
- HEFT 29** **ELISA TRÄGER 2008**
Bioprospektion und indigene Rechte
Der Konflikt um die Nutzung von Bioressourcen
- HEFT 30** **KATRIN SCHAUMBURG 2008**
Maponya's in Transition
The Social Production and Construction
of an Urban Place in Soweto, Johannesburg (South Africa)
- HEFT 31** **LINA GANDRAS 2009**
Warum Bio?
Eine Untersuchung zum Kaufverhalten im Lebensmittelbereich
- HEFT 32** **LEANDROS FISCHER 2009**
Landscape and Identities
Palestinian Refugees in Lebanon
- HEFT 33** **MICHAEL J. CASIMIR 2010**
Growing up in a Pastoral Society
Socialisation among Pashtu Nomads in Western Afghanistan
- HEFT 34** **KATHARINA GRAF 2010**
Drinking Water Supply in the Middle Drâa Valley, South Morocco
Options for Action in the Context of Water Scarcity and Institutional
Constraints
- HEFT 35** **BARBARA SOLICH 2010**
Increasing Malaria Risk in Eastern Africa
A Multi-Causal Analysis
- HEFT 36** **IBRAHIM ANKAOĞLUAR 2011**
Das Haus im Fokus Austronesischer Orientierungssysteme

KÖLNER ETHNOLOGISCHE BEITRÄGE
HERAUSGEGEBEN VON MICHAEL J. CASIMIR

- HEFT 37** **CHRIS FREIHAUT 2011**
Community Forestry
Instrument des globalen Klimaschutzes oder lokale Maßnahme zu
Empowerment?
- HEFT 38** **HEIDRUN MEZGER 2011**
Zur Weberei der Dogon in Mali
Eine komparative und historische Perspektive
- HEFT 39** **DIEGO AUGUSTO MENESTREY SCHWIEGER 2012**
Institutions and Conflict:
An Ethnographic Study of Communal Water Management
in North-West Namibia
- HEFT 40** **CAROLIN MAEVIS 2012**
Die Vermittlung von Unmittelbarkeit
Bilder und Erleben „ursprünglicher Natur“ von Safari-TouristInnen
am Naivashasee, Kenia